

**Escola De Administração De Empresas De São Paulo
Fundação Getulio Vargas**

**PROGRAMA INSTITUCIONAL DE BOLSAS DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
PIBIC – CNPq**

RELATÓRIO FINAL

**O IMPACTO DA EDUCAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL DO BRASIL E A UTILIZAÇÃO DO MARKETING SOCIAL
COMO FERRAMENTA DE MUDANÇA**

Relatório Final

Agosto..2002

**ALUNA: CAMILA DE ASSUNÇÃO APPEL
PROFESSOR ORIENTADOR: RICARDO FASTI**

SÃO PAULO

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
1. CARACTERÍSTICAS NOS SISTEMAS EDUCACIONAIS QUE PODEM CONTRIBUIR PARA UM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	4
1.1. RELAÇÃO ENTRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E EDUCAÇÃO.....	4
1.1.1 <i>Definição do termo</i>	4
1.1.2 <i>Desenvolvimento sustentável e a posição brasileira</i>	12
1.1.3 <i>Importância da educação para o desenvolvimento sustentável</i>	32
1.1.4 <i>Síntese do capítulo 1.1</i>	36
1.2. COMO É A EDUCAÇÃO DO BRASIL HOJE?.....	39
1.2.1 <i>História e gastos públicos</i>	39
1.2.2 <i>Sistema educacional brasileiro</i>	49
1.2.3 <i>Agentes de desenvolvimento da educação</i>	60
1.2.4 <i>Síntese do capítulo 1.2</i>	66
2. APLICABILIDADE DO MARKETING SOCIAL NA PROMOÇÃO DE POLÍTICAS EDUCACIONAIS.....	69
2.1 SÍNTESE DO CAPÍTULO 2.....	83
3. PROPOSTA DE PESQUISA.....	84
3.1 PROPÓSITO DA PESQUISA	84
3.2. OBJETIVO DA PESQUISA	85
3.2 DESENHO DA PESQUISA	87
3.4 INTERPRETAÇÃO DAS RESPOSTAS	89
CONCLUSÃO DO RELATÓRIO FINAL.....	93
ANEXO.....	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98

INTRODUÇÃO

O processo do desenvolvimento brasileiro é caracterizado como desigual, principalmente por priorizar investimentos em capital físico e infra-estrutura em detrimento de investimentos em capital humano, causando um grave desequilíbrio entre desenvolvimento econômico e desenvolvimento humano (Paes de Barros e Mendonça, 1998).

Neste trabalho, procura-se avaliar a importância da educação como fator relevante para que haja desenvolvimento econômico sustentado e, a partir dessa avaliação, caracterizar o marketing social como ferramenta de conscientização da importância da educação, visando a uma mobilização por parte da população.

Dentre as visões sobre desenvolvimento e crescimento econômico sustentável apresentadas, destaca-se o conceito de Amartya Sen, que apresenta uma visão qualitativa sobre o relacionamento entre educação e desenvolvimento sustentável. Para o autor, o desenvolvimento seria “a eliminação de privações que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer preponderadamente sua condição de agente” (p.22). Nesse sentido, a educação seria vista como um dos principais fatores de privação, já que não só limita a possibilidade das pessoas fazerem escolhas como também as impede de exercerem um papel de agente na sociedade. Esse papel de agente possibilitaria à população, entre outras coisas, exercer maior cobrança sobre o Estado e ter maior mobilidade em relação a políticas públicas que visem a melhorar o país e, além disso, facilitaria sua adesão a elas.

Num segundo momento, esta pesquisa procura pensar em formas de transformar a população em agente de desenvolvimento sustentável, analisando a possível utilização da ferramenta do marketing social como forma de mobilização da

mesma, e como instrumento de alavancagem das implementações de políticas públicas que procurem transformar o Brasil em uma nação sustentável, característica que, talvez, nunca tenha podido usufruir.

Dessa forma, convém verificar como é a educação brasileira atualmente, para se poder analisar de que forma ela poderia contribuir para o desenvolvimento sustentável do país, e como o marketing social poderia ser uma ferramenta de mudança.

Nesse contexto, algumas questões iniciais estimularam a realização deste projeto de pesquisa, como por exemplo:

- 1) Abordando o que seria o conceito de desenvolvimento sustentável, qual a relação entre educação e desenvolvimento sustentável de um país?
- 2) Como o Brasil está inserido no conceito de desenvolvimento sustentável?
- 3) Qual a importância da educação brasileira para o desenvolvimento sustentável e como é ela hoje?
- 4) Há espaço para a utilização do marketing social como uma ferramenta de mudança e mobilização da sociedade?

1. CARACTERÍSTICAS NOS SISTEMAS EDUCACIONAIS QUE PODEM CONTRIBUIR PARA UM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

1.1. Relação entre desenvolvimento sustentável e educação

1.1.1 Definição do termo

Há mais de uma definição utilizada pelos teóricos economistas para o uso do termo desenvolvimento sustentável. Utiliza-se, muitas vezes, o termo progresso ou crescimento sustentável como sinônimos de desenvolvimento sustentável. Este, por sua vez, pode ser considerado diferente do desenvolvimento econômico.

De acordo com SANDRONI (1999, p.499), progresso, como desenvolvimento sustentado, pode ser definido como:

“visão normativa marcada pela ideologia das mudanças sociais, com a passagem, obrigatória e irreversível, de formas elementares a formas de organização social cada vez mais complexas. Processo de mudança que seria impulsionado pelo desenvolvimento tecnológico e conduziria, entre outros aspectos, ao crescimento da riqueza socialmente produzida e a sua distribuição mais eqüitativa entre os indivíduos”.

Também é importante ressaltarmos que ainda há teóricos que defendem a diferença entre os termos crescimento e desenvolvimento. Crescimento seria a melhora de índices econômicos apenas de um setor da sociedade não envolvendo o todo e o desenvolvimento envolveria a melhora do todo e não apenas de algumas partes (Sandroni, 1994, p.95). O Dicionário Michaelis (2001) define crescimento

como uma “febre intermitente cotidiana” e “aumento da capacidade produtiva de determinada área econômica de um país” (p 225). O crescimento sustentado equivale no dicionário Michaelis ao desenvolvimento sustentado: “desenvolvimento econômico monitorado por uma política que estabelece parâmetros seguros de crescimento, os quais visam impedir oscilações ou alta inflacionária”. Desenvolvimento seria “um crescimento gradual que permitisse a passagem de um estado inferior para um estado mais elevado”.

Há mais de um conceito aceito para o termo sustentabilidade. Segundo o dicionário da Língua Portuguesa (Melhoramentos, 1992, p.423), pode ser definido como “1-sustentar; 2- equilibrar, não cair; 3-alimentar, nutrir; e 4- manter-se à altura de”. Pode-se interpretar essa definição como se sustentável fosse aquele que conseguisse se manter a longo prazo, que não fosse momentâneo (devido, principalmente à primeiras e segundas acepções descritas acima).

A sustentabilidade, do ponto de vista da degradação ambiental, é aquilo que não tem impacto negativo nos recursos naturais da Terra, já que os considera finitos e escassos. Segundo o relatório do Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento (PNUD, 1998, p.37), a sustentabilidade é definida como a expansão das escolhas e das oportunidades culturais, sociais e políticas da geração presente, mas sem desconsiderar aquelas das gerações futuras. Como se pode ver, a sustentabilidade implica em algo que não está relacionado apenas ao meio ambiente, mas abrange também aspectos institucionais mais abrangentes. (PNUD, 1998, p.37).

Todas essas afirmações são relevantes para o termo em questão, associando-se desenvolvimento com sustentabilidade, através de uma base de apoio, ou seja, de um planejamento prévio estratégico que verifique as fontes dos recursos, procurando obter uma orientação adequada dos planos de ações e de resultados.

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), desenvolvimento sustentável é uma meta para o futuro e um importante princípio para solucionar graves problemas de nosso tempo, uma vez que combina dimensões ecológicas, econômicas, sociais e culturais do desenvolvimento. Uma meta central do desenvolvimento sustentado seria a justiça com igualdade de oportunidades e condições de vida para todos os seres humanos, no presente e no futuro. Nos seus programas, a UNESCO utiliza a expressão desenvolvimento sustentado como significado de desenvolvimento com base no meio ambiente e na preservação dos recursos naturais da terra (www.unesco.org).

De acordo com a revista Conjuntura Econômica (abril, 2001) o crescimento ou desenvolvimento econômico seria verificado pela elevação ou aumento das taxas do PIB de um país. Além disso, não poderia ser considerado como um real progresso, mas sim uma melhora passageira de um dos índices econômicos. O que é definido como real progresso implica em sustentabilidade e em melhora no padrão de vida e na distribuição da renda de um país.

De certo modo, ao se considerar o crescimento econômico como aumento da capacidade produtiva de um país (de bens e serviços), medido através de índices como o PNB (Produto Nacional Bruto) *per capita* e índice de crescimento da força de trabalho, relativamente a anos anteriores, (Sandroni, 1999, p.141) nada garante que esse crescimento momentâneo vai sustentar-se, vai poder ser considerado um progresso e vai levar a uma melhora no padrão de vida da população.

Utilizar-se-á, neste trabalho, o conceito de desenvolvimento sustentável em detrimento do conceito de crescimento sustentável. Esta escolha deve-se ao fato de que o desenvolvimento, como já foi visto, está relacionado ao todo, a uma economia inteira, e o crescimento poder remeter a apenas determinados setores, mas não necessariamente ao todo. Como o objeto de análise a ser analisado neste estudo

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), desenvolvimento sustentável é uma meta para o futuro e um importante princípio para solucionar graves problemas de nosso tempo, uma vez que combina dimensões ecológicas, econômicas, sociais e culturais do desenvolvimento. Uma meta central do desenvolvimento sustentado seria a justiça com igualdade de oportunidades e condições de vida para todos os seres humanos, no presente e no futuro. Nos seus programas, a UNESCO utiliza a expressão desenvolvimento sustentado como significado de desenvolvimento com base no meio ambiente e na preservação dos recursos naturais da terra (www.unesco.org).

De acordo com a revista Conjuntura Econômica (abril, 2001) o crescimento ou desenvolvimento econômico seria verificado pela elevação ou aumento das taxas do PIB de um país. Além disso, não poderia ser considerado como um real progresso, mas sim uma melhora passageira de um dos índices econômicos. O que é definido como real progresso implica em sustentabilidade e em melhora no padrão de vida e na distribuição da renda de um país.

De certo modo, ao se considerar o crescimento econômico como aumento da capacidade produtiva de um país (de bens e serviços), medido através de índices como o PNB (Produto Nacional Bruto) *per capita* e índice de crescimento da força de trabalho, relativamente a anos anteriores, (Sandroni, 1999, p.141) nada garante que esse crescimento momentâneo vai sustentar-se, vai poder ser considerado um progresso e vai levar a uma melhora no padrão de vida da população.

Utilizar-se-á, neste trabalho, o conceito de desenvolvimento sustentável em detrimento do conceito de crescimento sustentável. Esta escolha deve-se ao fato de que o desenvolvimento, como já foi visto, está relacionado ao todo, a uma economia inteira, e o crescimento poder remeter a apenas determinados setores, mas não necessariamente ao todo. Como o objeto de análise a ser analisado neste estudo

refere-se ao país e não apenas a uma camada ou um setor específico dele, abordar-se-á o conceito de *desenvolvimento econômico sustentável*, ou *real progresso*¹.

As visões já apresentadas estabelecem variáveis importantes do desenvolvimento sustentável, como mudanças sociais, desenvolvimento tecnológico, índices de Produto Nacional Bruto, *per capita*, índices de crescimento da força de trabalho, entre outros. No entanto, esses conceitos não apresentam uma variável que seja a **raiz** de um desenvolvimento sustentável, pois apenas apresentam meios de medir se determinado desenvolvimento apresenta sustentação ou não. Se não se souber qual a raiz de um desenvolvimento, pode não ser possível vislumbrar as formas para se garantir sua evolução e continuidade, característica da sustentabilidade. Nesse sentido, é interessante para este trabalho abordar estudos do autor Amartya Sen, publicados em seu recente Livro “Desenvolvimento como liberdade” (2000).

Nele, o autor afirma que o *desenvolvimento* é “a eliminação de privações que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer ponderadamente sua condição de agente” (Sen, 2000, p.33). Segundo seu ponto de vista, a liberdade, eliminação das privações, é o principal objetivo do desenvolvimento, e o *ser agente*, enquanto um ser livre e sustentável, é alguém que age e ocasiona mudança (Sen, 2000, p.25). O desenvolvimento estaria, portanto relacionado, sobretudo, com a melhora da vida que levamos e das liberdades que desfrutamos (Sen, 2000, p.29).,

Para Sen, a restrição da liberdade é a privação, destituição e opressão, na forma de pobreza, falta de liberdade política, ameaças ao nosso ambiente e à sustentabilidade da vida econômica e social. Ele define vários tipos de *liberdade*, que seriam os fins primordiais do desenvolvimento e também seus meios principais, e afirma que o ser humano deve ter acesso a elas para poder evoluir e contribuir com o progresso de um país. De acordo com o autor, há 5 tipos de liberdades que ajudam a desenvolver a capacidade geral de uma pessoa (Sen, 2000, p.25):

¹ A definição de Sandroni (1999) parece ser a mais adequada para este trabalho, visto que coloca como

- 1) liberdades políticas;
- 2) facilidades econômicas;
- 3) oportunidades sociais;
- 4) garantias de transparência; e
- 5) segurança protetora.

Essas *liberdades estariam inter-relacionadas*, conforme se pode observar no exemplo a seguir:

“(...) precisamos entender a notável relação empírica que vincula, umas às outras, liberdades diferentes. Liberdades políticas (na forma de liberdade de expressão e eleições livres) ajudam a promover a segurança econômica. Oportunidades sociais (na forma de serviços de educação e saúde) facilitam a participação econômica. Facilidades econômicas (na forma de oportunidades de participação no comércio e na produção) podem ajudar a gerar a abundância individual além de recursos públicos para os serviços sociais. Liberdades de diferentes tipos podem fortalecer umas às outras”. (Sen, 2000, p.25)

Nesse contexto, Sen afirma que as **políticas públicas**² desempenham um papel fundamental como veículo de mudança social e progresso econômico. Isto porque elas poderiam promover essas liberdades distintas, visando ao aumento da capacidade humana. Ao mesmo, tempo, o autor coloca uma via de mão dupla, ao afirmar que a direção da política pública pode ser influenciada pelo uso efetivo das capacidades participativas do povo (Sen, 2000, p.33). Ou seja, as capacidades participativas do povo influenciam o desenvolvimento de políticas públicas e as políticas públicas influenciam o desenvolvimento das capacidades participativas do povo.

² O conceito de política pública pode ser visto como “soluções para a consolidação do desenvolvimento brasileiro” (<http://www.eppg.ufrj.br>) ou “soluções democráticas para os problemas nacionais” (<http://www.unb.br/ceam/np3/>), entre outros.

Analisando as outras liberdades mencionadas pelo autor, Sen afirma que a liberdade de garantia de transparência refere-se ao direito que as pessoas possuem de acessar qualquer informação que desejam. Essa garantia tem o papel claro de ser inibidora da corrupção, da irresponsabilidade financeira e de transações ilícitas (Sen, 2000, p.56). A segurança protetora é definida como sendo necessária para proporcionar uma rede de segurança social, como benefícios aos desempregados, suplementos de renda, distribuição de alimentos em crise de fome, etc. (Sen, 2000, p.57).

É relevante verificar que Amartya Sen não vê o desenvolvimento como algumas visões já apresentadas nesse trabalho, que o identificam apenas com indicadores econômicos, como o aumento do Produto Nacional Bruto de uma nação, aumento de rendas pessoais, industrialização, avanço tecnológico ou modernização social. O autor considera essas visões limitadas (p. 17), afirmando que o desenvolvimento pode ser visto como um processo que as pessoas desfrutam de expansão das liberdades reais. Estas últimas, por sua vez, também englobariam o aumento de renda per capita, o acesso à educação, etc., mas não somente isso como forma de expansão das liberdades.

Assim, é interessante ressaltar como o autor vê a **riqueza**. Ele cita uma observação que Aristóteles fez em **Ética a Nicômaco**, que dizia que “a riqueza evidentemente não é bem que estamos buscando, sendo ela meramente útil e em proveito de alguma outra coisa” (Sen, 2000, p.28). A utilidade da riqueza estaria nas coisas que ela nos permite fazer, nas liberdades que ela ajudaria a gerar. Nesse sentido, estabelece um paralelo interessante ao afirmar que a forte privação de capacidades pode estar relacionada a um baixo nível de renda, mas que “do mesmo modo que o baixo nível de renda pode ser uma razão fundamental de analfabetismo e más condições de saúde, além de fome e subnutrição, a melhor educação e saúde ajudam a auferir rendas mais elevadas” (Sen, 2000, p.34).

Sen também defende que a negação de oportunidades de transação³, por meios de controles arbitrários, pode ser em si uma fonte de privação de liberdade, considerando que o sistema de mercado (sistema que se auto-regula, sem controles externos) pode impulsionar o crescimento econômico rápido e a expansão dos padrões de vida. Políticas que restringem oportunidades de mercado poderiam ter o efeito de limitar não só a expansão de liberdades que teriam sido geradas pelo sistema de mercado, principalmente por meio da prosperidade econômica em geral, como também o desenvolvimento econômico de um país.

De acordo com Amartya Sen, a **participação da população** é essencial no processo de desenvolvimento de um país. Ela faria parte dos processos de decisão, principalmente no que concerne a um conflito real entre a preservação da tradição e as vantagens da modernidade. Para que as pessoas possam participar e, assim, contribuir para o desenvolvimento de uma nação, é necessário um grau de instrução básico. A negação da oportunidade de acesso à educação escolar para qualquer grupo é considerada contrária às condições fundamentais da liberdade participativa.

Este projeto adota o conceito de Amartya Sen, por considerá-lo mais propício e amplo, uma vez que engloba as liberdades como centro do desenvolvimento, e abrange, assim, não só os recursos naturais da Terra (já que a falta deles pode limitar a liberdade do Homem), mas também os aspectos sociais (na forma de educação, comida, habitação, etc.) e econômico (na forma de crescimento da economia de um país). Desta forma, nesta pesquisa, utiliza-se o termo **Desenvolvimento Sustentável** como um processo de crescimento econômico estrutural que implica em algo que não é apenas relacionado ao meio ambiente, mas abrange também aspectos institucionais, culturais e políticos (como definiu o PNUD, 1998, p.37), através de mudanças sociais e desenvolvimento tecnológico (como comentou Sandroni, 1999),

³ O autor não define o que é transação, mas pode-se concluir, pelo texto, que corresponde à operação comercial, trocas comerciais.

permitindo a real passagem de um estado inferior para um estado mais elevado (como definiu o Dicionário Michaelis, 2001), com capacidade de manter-se em longo prazo, não sendo momentâneo (como apresentou o Dicionário Melhoramentos da Língua Portuguesa) e, principalmente, envolvendo os conceitos de Amartya Sen, de desenvolvimento como a expansão das liberdades desfrutadas por um indivíduo (Sen, 2000).

1.1.2 Desenvolvimento sustentável e a posição brasileira

O Brasil é denominado uma economia em desenvolvimento, segundo os dados da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO,1999), mas essa classificação não diz se esse desenvolvimento pode ser considerado sustentável. Essa classificação indica que a economia é atrasada e, devido a esse fato, provavelmente possui indicadores que não demonstram a presença de um desenvolvimento sustentado. Assim, torna-se relevante verificar-se por que o Brasil é uma nação atrasada. Atraso e desenvolvimento sustentável são antagônicos, mas é importante estabelecer-se uma comparação para posicionar o Brasil dentro do conceito de desenvolvimento sustentável apresentado.

H. Leibenstein (1967) enumerou os tipos de características de uma economia atrasada, a saber: econômicas, demográficas e sanitárias, tecnológicas, e políticas e sociais. Algumas delas serão mencionadas a seguir em uma comparação de dados retirados do site do IBGE⁴, do site do Banco Central do Brasil, do Almanaque Abril, Brasil 2002 e Almanaque Abril, Mundo 2002, referentes à situação atual do Brasil (2002).

1. Características econômicas

- 1.1) Um país atrasado tem alta proporção de população dedicada à agricultura, geralmente cerca de 70 a 90%.

O Brasil apresenta os seguintes números de pessoas ocupadas por ramos de atividade :

⁴ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA

Tabela I: Pessoas ocupadas por ramo de atividade

	1996	1997	1998	1999
Indústria	13.515.818	13.864.789	14.072.164	13.804.961
Comércio	9.071.119	9.222.789	9.416.999	9.618.374
Serviços	28.792.552	29.473.254	30.135.850	30.880.779
Total	67.920.187	69.331.507	69.963.113	71.676.219
Agrícola/total	0,24%	0,24%	0,23%	0,24%

Fonte: IBGE

Como se pode observar, a população dedicada à agricultura não chega a 70% ou 90% do total (www.ibge.gov.br). Além disso, a população urbana do Brasil é de 137.696.970 de pessoas e a população rural é de 31.847.473 (censo 2000).

- 1.2) Um país atrasado teria baixa renda per capita e, conseqüentemente, um padrão de vida muito próximo do nível de subsistência.

No ano de 2000, a renda que recebiam cerca de 53 milhões de brasileiros não era suficiente para cobrir suas despesas com alimentação (Almanaque Abril, 2000). A linha de pobreza (pessoas que vivem próximas ao nível de subsistência, não sendo capazes de satisfazer suas despesas com alimentação) chega a atingir hoje 32% da população do país. O Almanaque Abril Brasil 2002 menciona dois tipos de definição de pobreza num país: um deles é o do Banco Mundial, que classifica como pobres aqueles que recebem menos de 1 dólar por dia – nesse caso, 9% da população brasileira seria considerada pobre; o outro é o da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que define como pobres pessoas que recebem menos de 80 reais mensais, renda incapaz de cobrir os gastos com alimentação. Nesse caso, o Brasil tem 50 milhões de habitantes vivendo na pobreza. Neste quesito, o Brasil pode ser considerado

atrasado, já que praticamente um terço de sua população vive abaixo da linha de pobreza, de acordo com a definição da Fundação Getúlio Vargas.

1.3) Poupança incipiente para a maioria da população

Pode-se dizer que a poupança para a maioria da população brasileira é incipiente, principalmente se observar-se que o rendimento médio mensal das pessoas ocupadas era de R\$ 313,3 em dezembro de 2001 (www.bcb.gov.br) e que praticamente um terço da população vive abaixo da linha de pobreza.

1.4) Grande parte do orçamento familiar desviado para as despesas de alimentação e artigos de primeira necessidade

Os dados do IBGE indicam que as despesas familiares são, em sua maioria, para alimentação. Em segundo lugar, fica a habitação e, em terceiro, o vestuário. Pode-se, então, afirmar que a grande parte do orçamento familiar é desviado para alimentação e artigos de primeira necessidade, como habitação e vestuário.

1.5) Exportação de produtos alimentícios e matéria prima

No ano de 2001, a exportação de produtos básicos (alimentícios e matérias primas) foi de U\$ 15.342, comparados com U\$ 8.243 de produtos semimanufaturados e U\$ 32.901 de produtos manufaturados (dados em milhões de dólares, www.bcb.gov.br). Assim, não predominam, na exportação brasileira, alimentos e matérias primas, mas sim produtos manufaturados.

1.6) Poucas facilidades de crédito e comercialização

A ata do Copom (maio de 2002) afirma que em fevereiro de 2002, o saldo das operações de crédito contratadas pelo sistema bancário manteve-se estável em relação ao mês anterior, alcançando R\$ 334,4 bilhões. Mas essa ata afirma que o sistema de crédito do Brasil é visto com certa insegurança, em relação à estabilidade da moeda, inflação e alta inadimplência, ocasionando juros altos. Também há indícios de que há pouca democratização do crédito, sendo de difícil acesso para a maioria dos brasileiros, já que grande um terço da população vive abaixo da linha de pobreza e 30% dos municípios não contam com atendimento bancário (almanaque abril, 2002).

1.7) Habitação deficiente

Para analisar a habitação no Brasil é relevante analisar os seguintes dados:

Tabela II: Domicílios por condição de saneamento (Água canalizada e rede geral de distribuição/Esgoto e fossa séptica/Lixo Coletado) e luz elétrica (%)
1999 Brasil e Grandes Regiões

Região	Água canalizada Rede geral de distribuição	Esgoto e fossa séptica	Lixo Coletado	Luz elétrica
Brasil	71,6	52,8	79,9	94,8
Norte	61,1	14,8	81,4	97,8
Nordeste	58,7	22,6	59,7	85,8
Sudeste	87,5	79,6	90,1	98,6
Sul	79,5	44,6	83,3	98,0
Centro-Oeste	70,4	34,7	82,1	95,0

Fonte: IBGE – www.ibge.gov.br, população

Através desses dados, pode-se dizer que a habitação no Brasil em 1999 era deficiente, já que apenas 76,1% dos domicílios do Brasil possuíam água canalizada e rede geral de distribuição e 52,8% possuíam esgoto e fossa séptica e praticamente 80% tinham o lixo coletado (IBGE, população). O déficit habitacional do Brasil pode ser considerado grande, já que chegou em torno de 5,6 milhões de unidades em 1995, e o de infra-estrutura em 4,6 milhões de moradias (almanaque abril, cd rom, população, 2002). Em 2002, há 170 milhões de habitantes no Brasil, sendo que 120 milhões possuem acesso a serviços de água e 100 milhões não têm esgoto tratado (idem, 2002).

2. Demográficas

2.1) Baixa esperança de vida ao nascer e alta taxa de mortalidade infantil

A estimativa do tempo de vida que a criança terá ao nascer nos países mais desenvolvidos é de, em média, 71,2 anos para os homens e 78,6 anos para as mulheres. Nos menos desenvolvidos, as médias de idade caem para 62,4 e 65,3, respectivamente (almanaque abril, 2002)⁵. A tabela III (abaixo) mostra que a esperança de vida, em média, no Brasil, é de 68,82 anos (em 2001). Ao mesmo tempo, a taxa de mortalidade infantil (por mil habitantes) é de 32,70% (em 2001). Pode ser uma taxa considerada alta se comparada com os 3,3 por mil habitantes no Japão e pode ser considerada baixa se comparada com os 161,3 por mil habitantes no Afeganistão (almanaque abril, 2002). De acordo com os parâmetros considerados para esperança de vida ao nascer e taxa de mortalidade nos países desenvolvidos e menos desenvolvidos, não é possível afirmar se as características em análise (esperança de vida ao nascer e taxa de mortalidade) podem ser consideradas altas ou baixas.

Tabela III: Indicadores Demográficos do Brasil

	1990	1995	2000	2001
Esperanças de vida ao nascer	65,75	67,26	68,56	68,82
Taxa de natalidade (por mil hab.)	23,5	21,11	20,04	19,89
Taxa de mortalidade (por mil hab.)	7,20	6,82	6,69	6,68
Taxa de mortalidade infantil (por mil nascidos vivos)	48,20	39,30	33,80	32,70
Taxa de fecundidade total	2,70	2,37	2,2	2,18

Fonte: IBGE, indicadores demográficos

2.2) Saúde pública e condições higiênicas e sanitárias deficientes

Há indícios de que as condições higiênicas e sanitárias no Brasil são deficientes, já que 100 milhões de 170 milhões de habitantes do Brasil não têm acesso a esgoto tratado (almanaque abril, Brasil 2002). A deficiência do sistema público de assistência médica e o alto custo do atendimento particular levam uma parcela cada vez maior de brasileiros a optar pelos planos de saúde. Segundo dados do IBGE (www.ibge.gov.br), estima-se em 38,7 milhões o número de brasileiros cobertos por pelo menos um plano de saúde, o que corresponde a **24,5%** da população do País. Destes, 29 milhões (75%) estão vinculados a planos de saúde privados⁶ e 9,7 milhões (25%) estão vinculados a planos de instituto ou instituição patronal de assistência ao servidor público civil e militar. A cobertura de planos de saúde é expressivamente maior (29,2%) nas áreas urbanas do que nas áreas rurais (5,8%).

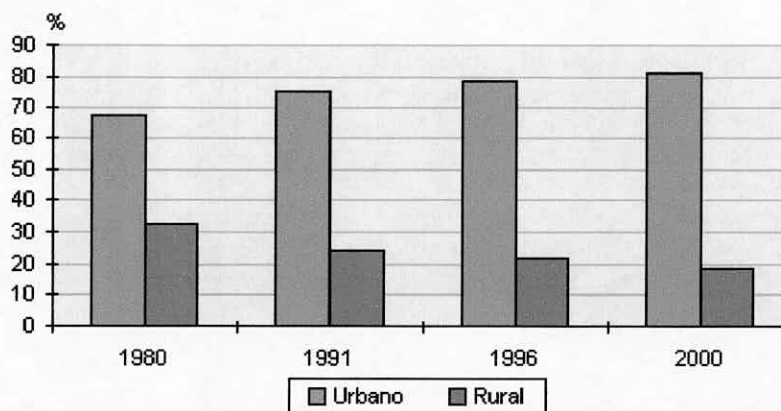
⁵ Essa fonte refere-se a um cd-room. O dado está disponível através da palavra chave 'população'.

⁶ Operadoras comerciais e empresas com plano de auto-gestão

2.3) Predomínio de superpopulação rural

De acordo com o gráfico I, não há predomínio de uma superpopulação rural no território brasileiro, já que essa parcela representa, desde 1980 até 2000, menos da metade da população total. Pode-se dizer que há um predomínio da população urbana em relação a rural (representando mais da metade da população rural).

Gráfico I: Censo Demográfico 1980, 1991 e 2000
População Urbana e Rural



Fonte: IBGE, Censo Demográfico 1980, 1991 e 2000 e Contagem da População 1996.

3. Culturais e políticas

3.1) Taxa de analfabetismo

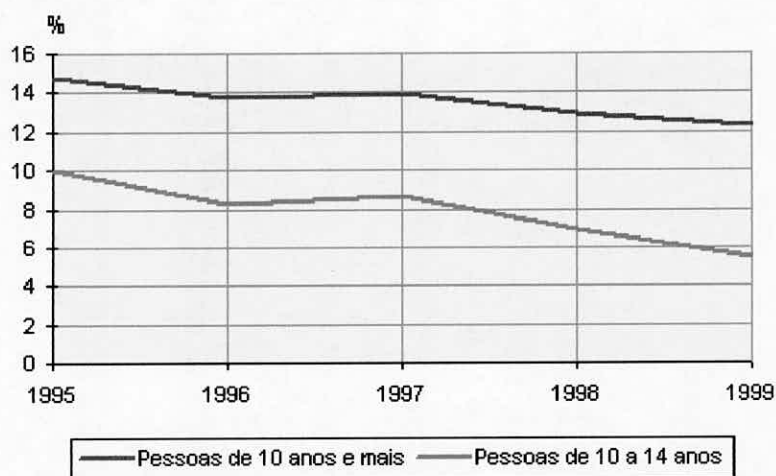
A análise da taxa de analfabetismo do Brasil é realizada com base nos dados a seguir:

**Tabela IV: Educação no Brasil
em 1996, 1997, 1998 e 1999**

Taxas de Analfabetismo	1996	1997	1998	1999
Pessoas de 10 anos ou mais	13,7	13,9	12,9	12,3
Pessoas de 10 a 14 anos	8,3	8,7	6,9	5,5
Anos de estudo das pessoas de 10 anos ou mais (%) – 1999	Total	Homens	Mulheres	
Sem instrução e menos de 1 ano	13,4	13,6	13,2	
1 a 3 anos	18,3	19,4	17,2	
4 a 7 anos	34,2	34,5	34,0	
8 a 10 anos	14,8	14,7	14,9	
11 anos e mais	19,0	17,5	20,4	

FONTE: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1999

**Gráfico II: Taxas de Analfabetismo no Brasil por idade
1995-1999**



FONTE: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1999.

A taxa de analfabetismo brasileira é considerada grande, apesar de apresentar uma tendência ao declínio. Nessa característica, o país é considerado atrasado, já que a média dos países desenvolvidos era 1,4% em 1995 e 1,1% em 2000. É

interessante ressaltar que é considerado não-analfabeto aquele que sabe reconhecer as letras do alfabeto e assinar seu próprio nome. Assim, essa taxa não inclui, necessariamente, os que não sabem ler e escrever. Muito menos é colocado em análise a capacidade do alfabetizado em entender o que lê e de se expressar através da escrita. Seria importante incluir-se essas variáveis na análise, mas não há dados disponíveis sobre a quantidade de brasileiros considerados alfabetizados, que não são capazes de se expressar através da escrita, o que poderia destacar ainda mais a característica de país atrasado, ou não.

3.2) Trabalho de menores

O Brasil apresenta altos índices de trabalho infantil. Uma em cada dez crianças brasileiras de 5 a 14 anos trabalha, o que representa 2,9 milhões de crianças, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 1999 (Almanaque Abril, Brasil 2002). É a terceira maior taxa da América Latina, atrás apenas da Guatemala e de Honduras. Nas áreas urbanas, a presença das crianças ocorre principalmente em lixões, atividades como tráfico de drogas e comércio de rua (Almanaque Abril, 2002).

3.3) Posição jurídica e social da mulher

Juridicamente, a mulher tem os mesmos direitos que os homens (almanaque abril, Brasil 2002). A Constituição de 1988 traz um grande avanço no campo dos direitos da mulher, contribuindo também para a proteção da família. Em relação ao trabalho, proíbe a diferença de salário, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil. O capítulo que trata da família destaca que os direitos e os deveres devem ser exercidos igualmente pelo

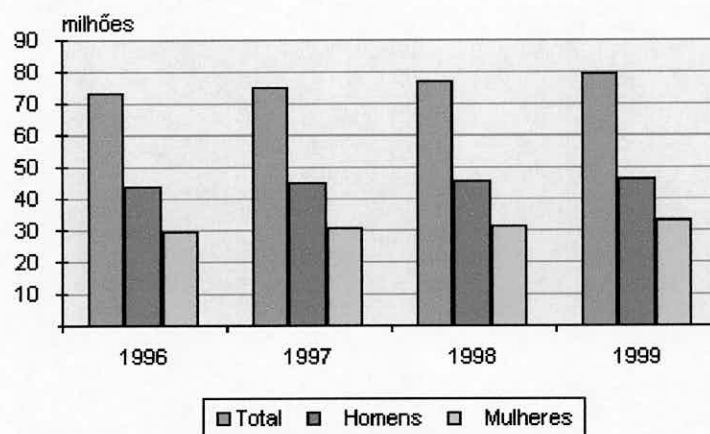
homem e pela mulher. A Constituição também estabelece que o Estado deve criar mecanismos para impedir a violência doméstica e proporcionar recursos educacionais e científicos para o exercício do direito do planejamento familiar, que é de livre decisão do casal. No que se refere ao trabalho, a mulher representa aproximadamente, entre 1996 e 1999, apenas 40% das pessoas economicamente ativas e das pessoas ocupadas, como mostra a tabela V.

Tabela V: Trabalho: PEA e ocupação, Homens e Mulheres

	1996	%	1997	%	1998	%	1999	%
Pessoas economicamente ativas	72.996.977	100	75.213.283	100	76.885.732	100	79.315.287	100
Homens	43.742.796	60	44.832.163	60	45.614.025	59	46.480.921	58
Mulheres	29.254.181	40	30.381.120	40	31.271.707	41	32.834.366	42
Pessoas ocupadas	67.920.787	100	69.331.507	100	69.963.113	100	71.676.219	100
Homens	41.244.469	60	41.977.258	60	42.312.927	60	42.813.014	59
Mulheres	26.676.318	40	27.354.249	40	27.650.186	40	28.863.205	41

Fonte: IBGE, dados demográficos

Gráfico III: População Economicamente ativa
1996-1999



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 1999.

Tabela VI: Taxa de desemprego (%) descriminado por Homens e Mulheres
1997-2001

Taxa de Desemprego	1997	1998	1999	2000	2001
Total	5,66	7,59	7,55	7,1	6,2
Homens	5,27	7,08	7,05	6,5	5,9
Mulheres	6,23	8,34	8,27	8,0	6,7

Fonte: IBGE, dados demográficos.

Assim, apesar de, por lei, a mulher ter os mesmos direitos que o homem, ela ainda não está igualmente posicionada no mercado de trabalho. O *World Competitiveness Yearbook* classifica os países num *ranking* de acordo com algumas características analisadas. Na característica “*Female Positions*” (leia-se “cargos femininos”), na qual é analisada a quantidade de mulheres que estão em posição de destaque no mercado de trabalho, o Brasil nem chega a ser classificado entre os 40 primeiros, estando abaixo de países como Argentina, Tailândia, Cingapura, Malásia e México. O mesmo acontece com item “*Gender Income Ratio*” (leia-se “Proporção de salário entre gêneros”), na qual é analisada a porcentagem de ganho da mulher em relação ao homem para uma mesma posição de trabalho. Pode-se dizer que não há indícios de que a mulher seja inferior ao homem no Brasil, apesar de juridicamente ambos terem os mesmos direitos.

3.4) Comportamento de massa determinado pela tradição

De acordo com o almanaque Abril 2002, há muitas tradições no Brasil. As Festas mais conhecidas são: Natal, Carnaval, festas Juninas, Festas do Divino e Festa do Rosário e de São Benedito. Os folguedos também são bem tradicionais, que são apresentações que reúnem dança, música e teatro. Como exemplos de Folguetos

pode-se citar o afoxé na Bahia, Bumba-meu-boi no Nordeste, Caboclo (danças e manobras guerreiras dos índios brasileiros), Cavalhadas (folguetos que evocam os torneios medievais e as batalhas entre cristãos e mouros), Congada (que representam a coroação de antigos reis africanos do Congo), entre outros. As danças populares brasileiras mesclam influências dos povos africanos, indígenas e ibéricos e são encenadas em todo o Brasil. Um estilo de dança bastante tradicional é o Samba e o Forró. Para Paige, J. (1995), o Brasil é um país onde há comportamento de massa determinado pela tradição, principalmente por causa do fenômeno do Carnaval que mobiliza o país inteiro e determina o comportamento de seus habitantes, contribuindo para caracterizar o povo brasileiro. Talvez também se possa dizer que há forte influência da religião no povo brasileiro, por ser 91,4% da população cristã e apenas 5% que não ser religiosa (almanaque Abril, Brasil, 2002). Dos Cristãos, 88,7% são católicos, 7,5% protestantes, 5,5% independentes (ibidem, 2002). O cristianismo é a religião com mais adeptos no mundo, pois predomina em cinco continentes, sendo que a América latina reúne a maior porcentagem de fiéis, 95% da população (Almanaque Abril, Mundo 2002).

Assim, segundo a classificação de Harvey Leibenstein, o Brasil apresenta a maioria das características de um país atrasado, com uma taxa de desemprego e analfabetismo muito maiores do que a média dos países desenvolvidos, com uma população com baixa renda *per capita*, com a maior parte do orçamento familiar gasto em despesas de primeiras necessidades e alimentação, poupança incipiente, habitação deficiente, más condições higiênicas, alta taxa de trabalho infantil, etc.

Como se considera, nesta pesquisa, a definição de desenvolvimento sustentável de Amartya Sen, é relevante analisar como o Brasil está inserido no conceito de atraso do autor, partindo de dados analisados na abordagem dos conceitos de Lieberstein.

De acordo com Amartya Sen, o país é atrasado por não oferecer a seus habitantes acessos às liberdades que têm direito. O atraso é visto como sendo consequência dessa privação de liberdades e, quanto menos liberdades há num país, mais atrasado ele é. Retomando as liberdades por ele apresentadas, podemos verificar se o Brasil é considerado atrasado, segundo seu ponto de vista. Os fatores analisados serão:

1) Liberdades políticas: essas liberdades estão relacionadas à liberdade de expressão e eleições livres. O voto no Brasil é obrigatório (nos Estados Unidos e na França não é), assim, não há a liberdade de votar, mas sim o dever. Há indícios de que há um monopólio da liberdade de expressão exercido por determinadas emissoras de televisão e jornais (Paige, J., 1995, p.156). A rede Globo está presente em 100% dos domicílios com televisão do Brasil e possui grande controle e influência sobre os pensamentos e opiniões de seus moradores (Paige, J., 1995, p.157). O monopólio dessa rede de televisão pode colocar em risco o funcionamento da democracia no Brasil (Paige, J., 1995, p. 175) e, assim, colocar em risco a liberdade de expressão. Também se pode dizer que há indícios de mídias impressas que acabam apoiando interesses de determinado grupo empresarial, econômico ou social, que é seu parceiro ou mantém outras formas de parceria, contribuindo financeiramente (Paige, J., 1995, p. 160). Pode-se considerar que, juridicamente, há liberdade de expressão no Brasil, já que a atual Constituição brasileira admite (no título “Direitos e Garantias Fundamentais”, capítulo dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, artigo 5º) que “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato” (artigo 5º, inciso IV) e que “é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem” (artigo 5º, inciso V). Também assegura que “é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou crença” (artigo 5º, inciso IX). Mas, na prática, há quem indique que a liberdade de expressão não é tão livre assim e que não há instrumentos para garanti-la (Gandra. I,

2000, capítulo 9). Segundo Paige, J (1995, p.175), uma possível solução para os monopólios e falta de democratização da liberdade de expressão observados na mídia é a entrada da competição, que vem ocorrendo nos últimos anos com o advento da televisão a cabo e outras formas de diversificação de canais de mídia.

2) Facilidades econômicas: ocorrem em relação à oportunidade de participação no comércio e na produção. Amartya Sen não define o que é participação no comércio e na produção, mas para fins deste trabalho considera-se enquanto oportunidade de trabalhar, poder consumir (bens primários ou secundários) e participar da renda que a produção e o comércio oferecem. Pode-se delinear uma análise de que não é garantido a todos o direito de participar do comércio, porque a renda *per capita* do brasileiro é baixa, seu orçamento na maioria das famílias é destinado ao consumo de alimentos, habitação e vestuário, um terço da população encontra-se na linha da miséria (não tendo nem acesso à alimentação) e a taxa de desemprego do país é terceira maior do mundo, atrás apenas da Índia e da federação Russa (Almanaque Abril, Brasil 2002. p. 133).

3) Oportunidades sociais: ocorrem na forma de serviços de educação e saúde. O Índice de desenvolvimento Humano coloca o Brasil em 69º lugar apesar de ser a décima economia do mundo. Esse índice leva em consideração os indicadores sociais dos países, nos quais o Brasil deixa a desejar, já que um terço da sua população vive abaixo da linha de pobreza, a expectativa de vida, ao nascer, é de 67,5 anos, a taxa de analfabetismo de adultos aproxima-se dos 15% e a mortalidade infantil é de 34 crianças a cada mil - o que aproxima o país do conjunto dos subdesenvolvidos (PNUD, 2002). Além disso, 25% da população não têm o mínimo acesso à saúde, o que nos leva a dizer que não há oportunidades sociais satisfatórias para os brasileiros (www.ibge.gov.br).

4) Segurança protetora: esta liberdade refere-se às garantias na forma de previdência e salário desemprego, que garantem a sobrevivência do indivíduo, fornecendo o mínimo necessário para tal (Sen, p.56, 2000). O número de benefícios pagos em julho de 2000 através do INSS é de 19,3 milhões, sendo que em muitos casos é a principal fonte da renda familiar (almanaque Abril, Brasil 2002, referindo-se a um estudo realizado pelo Instituto de Pesquisa e Economia Aplicada – Ipea). Cerca de 70,8% da renda média domiciliar nos municípios do interior do Nordeste – estimada em R\$ 330,00 por mês - tem essa origem. Na região sul, os benefícios recebidos por aposentados e pensionistas da zona rural correspondem a 41% da renda média familiar mensal - calculada em R\$ 551,91 (idem). A previdência privada também complementa a social e parece não haver indícios de que a previdência brasileira seja, atualmente um fator de restrição de liberdade, não oferecendo a segurança protetora mencionada por Amartya Sen.

Ainda inserido nas garantias protetoras, encontra-se o seguro desemprego, instituído no Brasil em 1986. Ele é um benefício integrante da seguridade social e tem por finalidade promover a assistência financeira temporária ao trabalhador desempregado, dispensado sem justa causa. Tem direito ao seguro-desemprego o trabalhador que comprovar o recebimento de pelo menos seis salários consecutivos até a data imediatamente anterior à dispensa. O desempregado recebe de três a cinco parcelas de benefício, de acordo com o tempo trabalhado antes da demissão. De janeiro a julho de 2000, 2.488.679 desempregados receberam o seguro-desemprego, número pouco inferior aos 2.650.725 do mesmo período de 1999. O cálculo do valor do benefício tem como base a média dos salários dos últimos três meses, mas a parcela não pode ser inferior a R\$ 151,00 (um salário mínimo) nem superior a R\$ 282,52.

5) Garantias de transparência: ocorrem na forma de mecanismos eficientes para reter a corrupção e garantir transparência nas contas públicas (Sen, p.56, 2000). A Transparência Internacional, uma organização mundial anticorrupção, classificou

o Brasil na 46^a posição entre 91 países no seu ranking do Índice de Percepção de Corrupção de 2001 (www.transparencia.org.br). De acordo com a organização, os problemas de corrupção no país não recebem a atenção estratégica exigida e o baixo posicionamento do país no *ranking* reflete a pouca confiança que os observadores têm sobre a capacidade brasileira de enfrentar esse problema. A organização também afirma que, em contraste com outros países, o Brasil não conta com um plano estratégico de combate aos desvios do dinheiro público, que envolva o Executivo, o Legislativo, o Judiciário, o Ministério Público, o setor privado e as organizações da sociedade.

Pode-se dizer que Amartya Sen, de acordo com as liberdades mencionadas como sendo fundamentais para que um país apresente desenvolvimento, classifica o Brasil como um país que não apresenta desenvolvimento. Já que não se pode afirmar que há plena liberdade política no país (liberdade de expressão e eleições livres), não se pode afirmar que há facilidades econômicas (oportunidade de todos participarem no comércio e na produção), como também não se pode afirmar que há oportunidades sociais (na forma de plenos serviços de educação e saúde), não se chegou a uma conclusão de que há segurança protetora (garantias na forma de previdência e salário desemprego), e não há um plano estratégico de combate aos desvios de dinheiro público (garantias de transparência).

Para inserir o Brasil dentro do conceito de desenvolvimento sustentável também é relevante considerar-se o Índice de Desenvolvimento Humano, divulgado pela ONU, em julho de 2001. Esse índice apresenta vários aspectos que são levados em consideração na caracterização de Leibenstein e Amartya Sen, são eles: a expectativa de vida, o índice educacional, a alfabetização e a renda *per capita*. Ele é definido como o “índice que mede o progresso de um desenvolvimento humano, completando o Produto Nacional Bruto (PNB), que mede a riqueza e o rendimento.

O IDH compreende três dimensões: longevidade, conhecimento e nível de vida” (<http://www.undp.org.br/HDR/Hdr99/map.pdf>).

Segundo o relatório divulgado pela ONU (julho, 2001), o Brasil subiu cinco posições no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), ocupando o 69º lugar, atrás de seus vizinhos Argentina (34º), Chile (39º) e Uruguai (37º). O ranking da ONU lista 162 nações. A Noruega é hoje o melhor país para se viver. Os Estados Unidos caíram do terceiro para o sexto lugar, apesar de sua renda per capita (US\$ 31.872) ter sido a segunda depois da de Luxemburgo (US\$ 42.769). Os Estados Unidos ficaram em 12º lugar em relação à escolaridade e no 24º em relação à expectativa de vida, atrás da Grécia e de Chipre. A maior expectativa de vida pertence ao Japão, único país onde se supera os 80 anos, em média. No outro extremo, um menino nascido em Serra Leoa provavelmente morrerá antes de chegar aos 39 anos. Só 32% dos adultos nesse país sabem ler e a renda *per capita* é de US\$ 448, cifra exígua em relação à média mundial de US\$ 6.980. Vinte países da África, Europa do Leste e ex-União Soviética tiveram retrocesso em seus dados. Rússia, Romênia e Zimbábue tiveram indicadores mais baixos do que em 1980, e o da Zâmbia era mais baixo do que em 1975, em parte por causa da pobreza e da epidemia da AIDS, que reduziu dramaticamente a expectativa de vida nesses países. O informe menciona também as desigualdades entre homens e mulheres e destaca que em 27 países, como Kuwait, Síria, Rússia, Moçambique e Croácia, a percentagem de meninas que cursam a educação secundária caiu entre 1985 e 1997. Segundo o relatório, se o indivíduo for pobre, viverá mais na Suécia ou no Japão, onde a qualidade de vida é estabelecida segundo uma combinação de renda *per capita*, assistência médica, expectativa de vida e níveis de educação. Entre os países piores para se viver, estão vários estados da África subsaariana, que apresenta grandes problemas sociais e econômicos. Neste ano, dos 36 países com os piores índices, 29 estão no continente africano. Serra Leoa ocupa a última posição da lista.

Em relação à América Latina, alguns dados merecem destaque. O relatório afirma que a América Latina tem conseguido avanços em direção ao desenvolvimento, mas a renda *per capita* da região continua insuficiente, sendo um terço ou a metade da registrada em países desenvolvidos, com a permanência das grandes desigualdades. Somente quatro países da América Latina - Argentina, Uruguai, Chile e Costa Rica - figuram entre os primeiros 50 classificados pela ONU com base no IDH.

É importante ressaltar que este leva em conta não somente a renda *per capita*, mas uma série de fatores que determinam a qualidade de vida das populações. Entre eles, alfabetização, expectativa de vida, taxa de educação, saúde e participação política. O informe destaca que apesar de alguns avanços, os pontos mais vulneráveis da América Latina continuam sendo a pobreza, a concentração de renda, que gera forte desigualdade e é maior nesta região que em outras do mundo. “Os três países da região onde a desigualdade é menor são Uruguai, Chile e Costa Rica”, como reporta o informe.

O informe anual sobre desenvolvimento humano do Programa de Desenvolvimento da ONU (PNUD, 2002) afirma que “vencer os grandes níveis de desigualdade e tirar a maioria da população da pobreza” são os principais desafios de países subdesenvolvidos como o Brasil. Também menciona que, ainda que apesar de especialistas reconhecerem os avanços da democratização, há aqueles que reclamam respeito total aos direitos humanos. Outro desafio, segundo o PNUD (2002) é fazer a democracia mais participativa nesses países, para o que é necessária mais educação, participação da sociedade civil, meios de comunicação imparciais e separação dos poderes. O informe também afirmou que novas tecnologias podem contribuir para reduzir a pobreza no mundo. Os países do Terceiro Mundo não poderiam usufruir os benefícios da alta tecnologia devido ao mau uso dos recursos

públicos, distorções de mercado e direito de propriedade injustos (PNUD, 2002). O informe incentiva a reunir mais recursos internacionais para pesquisa e desenvolvimento, aplicar preços diferenciados para medicamentos e outros produtos de alta tecnologia destinados a nações pobres. Como exemplo do que a tecnologia avançada pode fazer num país em desenvolvimento, o informe cita o Silicon Valley da Índia - na cidade do Sul de Bangalore – que aumentou suas exportações de US\$ 150 milhões em 1990 para US\$ 4 bilhões em 1999 através do desenvolvimento da tecnologia. Além disso, ocorreu uma explosão paralela no número de empresas privadas que ensinam aos usuários da Internet. Malloch Brown, administrador do PNUD, afirmou à imprensa que, “sem dúvida, o fator que mais contribui para as desigualdades é a educação” e “se a tecnologia da informação não decola, não é necessariamente porque não se tem fibra ótica ou uma infra-estrutura de telecomunicações, mas porque não se tem pessoas suficientes com nível superior para alimentar o setor”.

Leibenstein engloba alguns aspectos de Sen, como a educação, saúde e renda. Mas, este último abre um espaço para a inclusão das características de Leibenstein, dentro de uma classificação de liberdade específica. Pode-se considerar que Amartya Sen apenas muda o foco da análise, vendo os dados como significantes do comportamento do indivíduo, tendo ele liberdade para realizar (atividades profissionais), para comer, para dormir, para falar o que quiser, etc. O foco no comportamento da população ou nos dados do seu modo de viver estão interligados, mas considera-se nesta pesquisa, que as definições de Amartya Sen englobam as de Leibenstein.

Também se considera que o conceito apresentado por Amartya Sen englobaria o de Paulo Sandroni. Este último afirma que para que ocorra uma passagem obrigatória e irreversível, de formas elementares a formas de organização sociais cada vez mais complexas, seria necessário um desenvolvimento sustentável,

marcado por mudanças sociais, maior acesso e qualidade de educação, crescimento tecnológico e distribuição de renda.

Foi visto que o Brasil é considerado um país atrasado, segundo dados apresentados na análise de Leibenstein, com alta taxa de analfabetização, desemprego, habitação e condições higiênicas deficientes, segundo a proposta teórica das liberdades colocadas por Sen. Também foi visto que o Índice do IDH classifica o Brasil na 69ª posição (numa lista de 162 países), apresentando sérios problemas sociais, colocados pelo PNUD como desafios para um desenvolvimento que se sustente: desfazer a desigualdade social, tirar a população da pobreza e tornar a democracia mais participativa.

No próximo tópico analisar-se-á a importância da educação para o desenvolvimento sustentável de um país e seu papel na fomentação de desafios como os colocados pelo informe do PNUD mencionados acima.

1.1.3 Importância da educação para o desenvolvimento sustentável

É de extrema relevância para este trabalho analisar como a educação de um país e a sua capacidade em acumular conhecimento está vinculada ao desenvolvimento sustentado do mesmo. Pode-se realizar estudos quantitativos para se verificar essa relação ou também pensar numa outra linha, que seria qualitativa, como a de Amartya Sen.

M.H.Simonsen, em seu livro intitulado “Brasil 2002”, escrito em 1979, demonstra por meio de estudos quantitativos a importância da educação para o desenvolvimento econômico de uma nação. O autor analisa alguns economistas que estudaram o impacto da educação e da formação de recursos humanos sobre o desenvolvimento. Conclui que suas pesquisas determinam que a contribuição da educação para a melhoria da renda per capita é mais importante do que o acúmulo do capital físico. O progresso real de um país, considerado pelo autor como um desenvolvimento sustentável, só poderia ser explicado se admitisse que, além do aumento dos recursos materiais, existe um valor residual de desenvolvimento: a educação e o progresso tecnológico.

O autor cita o estudo do economista Aukrust, que mediu quantitativamente, através das funções de produção e com a metodologia dos mínimos quadrados⁷, a importância desse valor residual mencionado. Nesse estudo, que abrangia o período de 1900-1955 da Noruega, a taxa de crescimento média do período foi de 3,46%. Segundo Aukrust, essa taxa de crescimento resultou de uma contribuição de 0,46% do aumento da força de trabalho, 1,12% do aumento de capital e 1,88% da educação e do progresso tecnológico. Esse estudo indica uma importância maior do fator educacional, comparado com os outros fatores que foram considerados relevantes para a taxa de crescimento de um país.

Nessa mesma linha, Solow (1956), estudando o crescimento do produto real dos Estados Unidos, entre 1900 e 1949, concluiu que a educação e o progresso tecnológico eram responsáveis por uma taxa de crescimento adicional de 15% ao ano.

Muitas variáveis quantitativas são utilizadas para verificar quão desenvolvido é um país, como por exemplo: índice de escolaridade da população, crescimento tecnológico, crescimento da riqueza (taxa de crescimento do PIB semelhante ao crescimento da renda *per capita*), verificação do crescimento lastreado ao aumento de produtividade, superávit nas contas públicas, taxa de poupança interna, equilíbrio na balança de pagamentos, existência de recursos físicos, capacidade de produção nacional, etc.

Essas variáveis estão interligadas e suas ligações são comprovadas por muitos economistas que afirmam que a capacidade de criar conhecimento e tecnologia é primordial para que um país apresente um equilíbrio na sua balança comercial, apresentando superávit e podendo alavancar um crescimento sustentável (Coutinho, L. 2000).

Mas visa-se ressaltar, nesta pesquisa, estudos qualitativos que demonstrem a importância da educação para o desenvolvimento sustentável de um país. Helena Rattner afirma que a educação é primordial para se construir uma sociedade que se sustente no futuro, que aprenda e ensine, pois é através dela que se criam cidadãos, obtém-se valores, ética, aprende-se a convivência. “É nela que o cidadão sente-se útil, humano” (Rattner, H. 2000). Assim, para a autora, a educação seria uma variável qualitativa essencial para o desenvolvimento de uma nação.

⁷ Ver Simonsen, 1979

Nessa linha, é relevante mencionar que se um país não possui uma alta taxa de qualificação de seus trabalhadores, ele pode estar limitando a capacidade de criação e desenvolvimento de padrões da economia. Estes últimos poderiam estar sendo desenvolvidos por trabalhadores pró-ativos, detentores do saber, para poder melhorar e desenvolver alternativas aos padrões da economia (Martin, C. 1984).

A importância da educação para o desenvolvimento sustentável do Brasil também pode ser observada ao analisar-se que um dos motivos do processo brasileiro ser caracterizado como desigual, principalmente em 1970, seria a priorização de investimentos em capital físico e infra-estrutura em detrimento de investimentos em capital humano; causando um grave desequilíbrio entre desenvolvimento econômico e desenvolvimento humano (Paes de Barros e Mendonça, 1998).

Amartya Sen também menciona o aspecto qualitativo da educação, demonstrando sua importância para o desenvolvimento como uma liberdade a que o homem tem o direito de usufruir para contribuir para o desenvolvimento de seu país (Sen, 2000). Para o autor, a educação está inserida no que ele chama de oportunidades sociais. Estas facilitam a participação econômica e fortalecem as outras liberdades mencionadas por ele, como liberdades políticas (na forma de liberdade de expressão e eleições livres) e facilidades econômicas (na forma de oportunidade de participação no comércio e na produção). Sen afirma que a participação da população é essencial no processo de desenvolvimento de um país, contribuindo efetivamente para os processos de tomadas de decisão, e que a educação é fundamental para possibilitar essa participação (Sen, 2000, p.45). Ao falar em educação, o autor refere-se à capacidade humana, ao invés de capital humano, como expressão de liberdade. A capacidade humana não seria a acumulação de capital primordialmente em termos físicos, como é o capital humano, mas sim um processo no qual a qualidade produtiva dos seres humanos

tem participação integral. (Sen, 2000, p.331). Ele afirma que a ótica do capital humano tende a concentrar-se na atuação dos seres humanos para aumentar as possibilidades de produção e a da capacidade humana concentrar-se-ia no potencial das pessoas para levar a vida que elas têm, razão para valorizar e para melhorar as escolhas reais que elas possuem (Sen, 2000, p.332).

Nessa visão, os benefícios da educação excedem seu papel como capital humano na produção de mercadorias, acrescentando o valor da produção na economia e também a renda da pessoa que recebeu educação (Sen, 2000, p.332). É relevante ressaltar que Sen defende que, até com o mesmo nível de renda, uma pessoa pode beneficiar-se da educação, ao ler, comunicar-se, argumentar, ter condições de escolher por estar mais bem informada, ser tratada com mais consideração pelos outros, etc. (Sen, 2000, p.332).

Pode-se inferir através de estudos quantitativos ou qualitativos a importância da educação para o crescimento do país (como visto nos estudos de M.H. Simonsen, 1979) e para o desenvolvimento de sua sociedade. Através da educação, a sociedade aprende e sente-se útil, usufruindo liberdades que tem direito (como visto em H. Rattner, 2000 e A. Sen, 2000).

1.1.4 Síntese do capítulo 1.1

Para se analisar as características nos sistemas educacionais que podem contribuir para um desenvolvimento sustentável, analisou-se num primeiro momento, a relação entre educação e desenvolvimento sustentável. Para esboçar tal relacionamento tornou-se necessário definir o conceito de desenvolvimento sustentável adotado por este trabalho. Após uma revisão bibliográfica, adotou-se prioritariamente, o conceito de desenvolvimento de Amartya Sen (2000), considerando a expansão das liberdades às que o homem tem direito como o centro do desenvolvimento. Essa abordagem engloba outras referências bibliográficas revistas, como Sandroni (1999) que define desenvolvimento sustentável como um processo que passa por mudanças sociais, permitindo a real passagem de um estado inferior para um estado mais elevado (como definiu o Dicionário Michaelis, 2001), com capacidade de manter-se em longo prazo, não sendo momentâneo (como apresentou o Dicionário Melhoramentos da Língua Portuguesa) e como um processo de crescimento econômico estrutural que implica em algo que não é apenas relacionado ao meio ambiente, mas abrange também aspectos institucionais, culturais e políticos.

Como este trabalho analisa qualitativamente o caso específico do Brasil, viu-se a importância de se relacionar o conceito de desenvolvimento sustentável abordado no tópico anterior aplicado à realidade brasileira. Na análise em questão, abordou-se autores como Leibenstein (1967) e Amartya Sen (2000). Segundo os autores mencionados, o Brasil é um país atrasado, principalmente por:

a) segundo Leibenstein (1967): apresentar a maioria das características de um país atrasado: uma taxa de desemprego e analfabetismo muito maiores do que a média dos países desenvolvidos; uma população com baixa renda *per capita*, com a maior parte do orçamento familiar gasto em despesas de primeiras necessidades e

alimentação; poupança incipiente; habitação deficiente; más condições higiênicas, alta taxa de trabalho infantil; etc.

b) segundo Amartya Sen (2000): por não haver plena liberdade política no país (liberdade de expressão e eleições livres); não se poder afirmar que há facilidades econômicas (oportunidade de todos participarem no comércio e na produção);, não se poder afirmar que há oportunidades sociais (na forma de plenos serviços de educação e saúde); não se ter chegado a uma conclusão de que há pena segurança protetora (garantias na forma de previdência e salário desemprego) e, por fim, por não haver um plano estratégico de combate aos desvios de dinheiro público (garantias de transparência).

Para completar a abordagem do desenvolvimento sustentável e a posição brasileira, vê-se que o IDH (índice que mede o progresso um desenvolvimento humano, completando o Produto Nacional Bruto, que mede a riqueza e o rendimento), classifica o Brasil na 69^a posição num total de 162 posições classificadas. Por esse índice, pode-se verificar que a posição brasileira figura entre as posições de países atrasados (como afirma o informe do *ranking*). Também se pode levar em consideração que a posição brasileira, em relação ao desenvolvimento sustentável, encontra-se aquém do desejado e enfrenta desafios colocados pelo PNUD como: “vencer os grandes níveis de desigualdade, tirar a maioria da população da pobreza e fazer a democracia mais participativa” (PNUD, 2002).

Acredita-se que a educação possui grande importância para o desenvolvimento sustentável no Brasil e para o enfrentamento de desafios como os colocados pelo PNUD (2002) anteriormente. Essa conclusão parte da revisão de autores como Simonsen (1979) e Solow (1956), que verificam a importância da educação para o desenvolvimento sustentado de um país, pro meio de análises quantitativas, e Rattner (2000), Martin (1984), Paes de Barros e Mendonça (1998) e

Sen (2000), que sustentam a importância da educação para o desenvolvimento sustentado de um país através de análises qualitativas. Conclui-se, portanto, que a educação é importante, não só por fornecer crescimentos econômicos maiores para um país, mas também por sugerir uma oportunidade social (facilitando a participação econômica e fortalecendo as outras liberdades mencionadas por Sen), sendo primordial para se construir uma sociedade que se sustente no futuro, que aprenda e ensine, pois é através dela que se criam cidadãos, obtém-se valores, ética, aprende-se a conviver e “(...) é nela que o cidadão sente-se útil (...)” (Rattner, 2000).

Até este momento, abordou-se diferentes conceitos de desenvolvimento sustentável, com ênfase no conceito de Amartya Sen, que o denomina como um processo que depende do grau que o homem consegue desfrutar das diferentes liberdades a que tem direito (Sen, 2000). Depois, inseriu-se o Brasil nessa análise, com indícios de que seria uma nação considerada atrasada, mas sem nenhuma conclusão definitiva sobre estar apresentando um desenvolvimento que parece se sustentar ou não. Após verificar a importância da educação para o desenvolvimento sustentável de um país, convém verificar como é a educação brasileira atualmente e analisar como ela pode contribuir para esse desenvolvimento, escopo deste trabalho.

Este capítulo teve por objeto abordar o tema educação sob a ótica da sua relação com o desenvolvimento sustentado. Nesse sentido, sua importância se dá, pois leva a concluir que educação e desenvolvimento sustentável estão inextricavelmente relacionados.

1.2. Como é a educação do Brasil hoje?

1.2.1 História e gastos públicos

O sistema educacional brasileiro, ao que estudos indicam, é historicamente atrasado em relação aos países desenvolvidos. De acordo Robert Nicol (Nicol, 1997, p. 63), a falta de preparo educacional e a falta de preocupação do Estado em garantir a educação, foi um dos principais motivos para a industrialização tardia brasileira no século passado. Para exemplificar, o autor coloca números, como as taxas de alfabetização entre o Brasil e a Inglaterra. O Brasil possuiu uma taxa de alfabetização (adultos) de 48,1% em 1950, número atingido pela Inglaterra em 1680. Mas é relevante mencionar que a comparação do autor não levou em consideração alguns fatores como a quantidade de trabalho escravo que predominava no Brasil. Nicol sustenta que a população brasileira, não possuía, na década analisada (1950), uma capacidade de aprender através de projetos, plantas, manuais, livros e cartas, o que pode ser um reflexo da falta de uma política educacional do Brasil. (idem, p.64).

Segundo Kiddler, o ensino no Brasil deixou a desejar, ele acabava atingindo uma parcela pequena da população (indicando a falta de democratização da educação, na qual só os mais privilegiados financeiramente tinham acesso ao estudo) através de padrões de ensino e aprendizado baixíssimos, qualificado como “(...) métodos (de ensino) fradescos, ineficientes e retrógrados” (Kidder, 1885, p.241).

Durante a Revolução Industrial Brasileira (final do século XIX), a aplicação de novas formas de organizar a produção e o controle sobre a ciência acabou ficando centralizada numa mão-de-obra estrangeira, a quem Gonçalves Dias chamou de “recursos de inteligências estranhas” (Dias, 1852, p.350). Assim, “o resultado de

trezentos anos de atraso educacional e da incapacidade de recuperar o atraso nessa área em pouco tempo foi que, efetivamente, não se podia prescindir dos técnicos nem da mão-de-obra qualificada de estrangeiros” (Nicol, 1997, p.67). Para exemplificar, a Escola de Minas, quando criada, foi entregue a professores franceses, entre eles: Bovet, Paul Ferrand e Henri Gorceix (Gomes, 1983, p. 105-106). Essa tradição parece ter continuado até os tempos recentes, quando nos anos 30 do século passado, o governo de São Paulo resolve criar uma universidade, mas o projeto só é levado adiante com o auxílio de mestres franceses. Também nesse período, a Fundação Getulio Vargas cria uma faculdade de administração de Empresas em São Paulo, tendo que contar com a participação decisiva de docentes da Universidade de Michigan, EUA (Nicol, 1997, p.66).

Como se pode perceber, a história mostra que o governo brasileiro (e a sociedade representada por ele) não parecia ver a educação como prioridade, reservando uma parcela relativamente pequena do seu orçamento destinado a tal fim. Desse modo, entre os anos 1874 e 1890, (num total de 16 anos), os governos provinciais e o governo central gastaram 193 mil contos com o ensino primário, secundário e superior (Pires de Almeida, 1889, p. 292-295); sendo que no mesmo período, o governo gastou quase 300 mil contos só com as ferrovias⁸.

A porcentagem do gasto de cada país em educação em relação ao total dos gastos governamentais é um forte indicador da importância relativa dada à área, em comparação com diversas outras áreas de atividade governamental (SIGPE, n.674). Algumas variações nas participações do gasto público total alocado à educação refletem diferenças entre os países na divisão da responsabilidade pelo financiamento da educação entre o setor público e o setor privado (SIGPE, n.674). Assim, um estudo realizado pelo Instituto de Pesquisa e economia aplicada – IPEA- em 1995, divulgado em 1999, relata que na área de educação, o gasto público

⁸ Esta comparação de moedas de outra época serve para demonstrar como era priorizado o investimento em infra-estrutura em detrimento do em educação entre os anos 1874 e 1890.

efetuado pelas três esferas do governo, em 1995, foi de R\$ 2719 milhões, valor que corresponde a 12% de todo o gasto direto e não financeiro das três esferas do governo e a 20,1% do esforço de gasto na área social. Esse estudo também indica que a responsabilidade pelo ensino público, prioritariamente e não de forma exclusiva, é assim dividida: a educação infantil cabe aos municípios; o ensino fundamental, aos estados, ao Distrito Federal e aos municípios; o ensino médio, aos estados e ao Distrito Federal; a educação superior, à União e aos estados. Os estados e municípios foram os grandes responsáveis pelo investimento na área da educação, correspondendo a 75% dos gastos, destinando aproximadamente 20% de seus gastos diretos à educação. A União se comprometeu com apenas 28% dos gastos da área, o que representa 6,7% de seus gastos diretos não financeiros.

Tabela VII: Total de Gastos Diretos, Sociais e em Educação das
Três Esferas de Governo – 1995
(Em R\$ milhões)

Tipo de gastos	União	Estados	Municípios	Total
Total de gastos diretos	103.184	68.199	41.067	212.450
Gasto Social	80.550	32.116	22.619	135.284
Gasto com educação	6.778	12.981	7.431	27.190
Gasto social/total de gastos diretos (%)	78,1	47,1	55,1	63,1
Gasto em educação/ total de gastos diretos (%)	6,6	19,0	18,1	12,8
Gasto em educação/ Gasto Social (%)	8,4	40,4	32,9	20,1

Fonte: SIAFI/SIDOR e IBGE/DCNA

**Tabela VIII: Gasto Médio por aluno por Níveis e Esfera de Governo
1995
(R\$1,00)**

Discriminação	Federal (a)	Estadual (b)	Municipal (c)	Total (d)	(a/d)	(b/d)	(c/d)
Educação da Criança de 0 a 6 anos	-	513	568	557	-	0,92	1,02
Ensino Fundamental	-	502	418	460	-	1,09	0,91
Ensino Médio	4495	522	767	682	6,59	0,76	1,12
Educação Superior	11072	4004	1082	7321	1,51	0,55	0,15

Fonte: IPEA/DISOC

**Tabela IX: Gastos públicos com educação – Comparação em termos percentuais
do PIB**

Índice	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior	Outros	Total
Média de diversos países	1.0	1.3	1.0	1.0	4.7
Brasil	1.3	0.2	0.5	0.6	2.5
Diferença	-0.3	-1.1	-0.5	-0.4	-2.2

Fonte: UNESCO: Statistical Yearbook, 1992,1994.
IBGE: Anuário Estatístico, 1993.

A partir das tabelas anteriores, pode-se notar que o grande esforço de gasto público se destina ao Ensino Fundamental, o que confirma a prioridade política conferida a esse nível de ensino em 1995. Em seguida, vêm os gastos em educação Superior, Ensino Médio e Educação da Criança de 0 a 6 anos.

Também se pode notar que, no total, o governo (incluindo União, estados e municípios), investiu 12,8% de seus gastos diretos em educação em 1995. Nesse mesmo ano, essa porcentagem chegou a 19,8% na Costa Rica e 23% no México

(UNESCO, 1999). Como a porcentagem dos gastos governamentais em educação reflete a importância dada à área (SIGPE, n.294), podemos dizer que relativamente o Brasil dá menos importância à educação do que países como a Costa e Rica e o México. É interessante ressaltar que a taxa de analfabetismo (com relação à população de 15 anos ou mais) na Costa Rica, no ano de 1995, era de 5,2%, 10,5% no México e 16,8% no Brasil (UNESCO, 1999). Mas não cabe, aqui, fazer uma conclusão sobre o relacionamento existente entre a quantidade de investimento da área pública em educação e a taxa de analfabetismo do país.

Para completar, pode-se fazer uma comparação dos investimentos em educação no Brasil e no mundo através da porcentagem sobre o Produto Interno Bruto (PIB). Como mostra a tabela a seguir, o Brasil investia, em 1992, 3,7% do seu PIB, enquanto que a Espanha investiam 4,8% e os Estados Unidos 5,3%.

Tabela X: Gastos Totais em educação em diversos países (em termos de % do PIB)

em 1992

Países	Gastos Totais	Países	Gastos Totais
Líbia	9,6	Dinamarca	7,4
Líbia	9,6	Dinamarca	7,4
Argélia	9,1	Bulgária	5,8
Marrocos	7,4	França	5,5
Angola	7,3	Itália	5
Egito	6,7	Portugal	4,9
Quênia	6,4	Espanha	4,8
Uganda	6,4	Reino Unido	4,7
Zaire	0,9	Grécia	2,8
Canadá	7,4	Suriname	9,7
Cuba	6,7	Guiana	8,1
EUA	5,3	Venezuela	4,8
El Salvador	1,8	Brasil	3,7
Iraque	5,1	Uruguai	3,7
Irã	4,1	Peru	3,5
Rep. Da Coréia	3,7	Equador	2,7
Índia	3,2	Paraguai	1,5
Hong-kong	2,7	Argentina	1,5(a)
China	2,4	Bolívia	2,4(b)
Noruega	7,9	Chile	2,9(a)

Fonte: UNESCO: Statistical Yearbook, 1992, (a) Apenas despesas do Ministério de Educação ou do governo central; (b) Não inclui despesas com o ensino superior.

Novamente, o governo brasileiro dá menos importância para a educação do que a maioria dos países classificados na tabela a cima (os números em vermelho correspondem aos países que dariam menos importância à educação do que o Brasil, segundo o conceito apresentado pelo SIGPE anteriormente).

No final de um mandato de oito anos, o governo de Fernando Henrique Cardoso apresenta alguns números que podem ser levados em consideração para se diagnosticar como é a educação no Brasil hoje. Os gastos do Ministério da Educação em 1998, excluindo a folha de pessoal, foram de R\$ 4,7 bilhões e de 4,3 bilhões em 1999 (diminuiu 400 milhões de 98 para 99). Mas, segundo o Ministro Paulo Renato, o Ministério investiu mais em educação em 1999 do que no ano anterior porque foi retirado do orçamento o financiamento dos hospitais universitários, que era de R\$ 400 milhões e o governo financiou o FUNCEF, com mais R\$ 500 milhões.

O governo de FHC implementou algumas políticas novas ao longo do seu mandato, como o FUNCEF, o Fundescola, e o Bolsa Escola. O Fundo de Manutenção e Desenvolvimento do Ensino Fundamental e de Valorização do Magistério (FUNDEF) foi instituído pela Emenda Constitucional nº 14, de setembro de 1996, e sua regulamentação está na Lei 9.424, de 24 de dezembro do mesmo ano, e no Decreto nº 2.264, de junho de 1997. O FUNDEF foi implantado, nacionalmente, em 1º de janeiro de 1998, quando a nova sistemática de redistribuição dos recursos destinados ao Ensino Fundamental passou a vigorar.

“A maior inovação do FUNDEF consiste na mudança da estrutura de financiamento do **Ensino Fundamental** (1ª a 8ª séries do antigo 1º grau) no País, ao subvincular uma parcela dos recursos a esse nível de ensino. Além disso, introduz novos critérios de distribuição e utilização dos recursos correspondentes, promovendo a partilha de recursos entre o Governo Estadual e os Governos Municipais de acordo com o número de alunos atendidos em cada rede de ensino” (www.mec.gov.br/fundef).

Seus recursos são repassados automaticamente aos Estados e Municípios, de acordo com coeficientes de distribuição estabelecidos e publicados previamente. As

receitas e despesas, por sua vez, deverão estar previstas no orçamento e a execução, contabilizada de forma específica.

O Fundescola, Fundo de Fortalecimento da Escola, é um programa do Ministério da Educação desenvolvido em parceria com as secretarias estaduais e municipais de educação, que tem por objetivo promover um conjunto de ações para a melhoria da qualidade das escolas do ensino fundamental, ampliando a permanência das crianças nas escolas públicas, assim como a escolaridade nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. O programa tem como estratégias aperfeiçoar o trabalho, elevar o grau de conhecimento e o compromisso de diretores, professores e outros funcionários da escola com os resultados educacionais, melhorar as condições de ensino e estimular o acompanhamento dos pais na aprendizagem de seus filhos.

Hoje, o Ministério da Educação possui um departamento de desenvolvimento de sistemas do ensino fundamental e muitos projetos conhecidos nacionalmente, como bolsa-escola, que foi transformado em lei em 2001 (lei n.10219). O programa visa proporcionar um reforço mensal de renda às famílias em situação de pobreza, para que mantenham os filhos estudando. São R\$15 para cada criança matriculada, e o limite é de até três crianças por família (jornal da Câmara, 20.11.01).

Se forem comparados esses investimentos em educação com os de outros setores, através da tabela das despesas do Governo Federal por categorias econômicas de 1998 (IBGE) – Anexo 1 – é provável considerar-se que o governo não investe pouco com a categoria econômica educação (comparado com outras categorias econômicas), já que os gastos com educação foram maiores do que os gastos com defesa nacional e proteção ambiental, habilitação e urbanismo juntos. Dentre o total geral de R\$533.983.253 (despesas totais do governo federal em 1998), os investimentos em educação foram de R\$ 10.347.760, sendo 2% deste total destinado à educação da criança de 0 a 6 anos, 43% ao ensino básico e supletivo e

40% ao ensino superior. Além disso, em 2001, o BNDES investiu R\$128 milhões com educação, o que corresponde a 15% da sua carteira social total (ver tabela abaixo):

Tabela XI
Estatísticas do setor Público - Despesas do governo Federal por categorias econômicas, Brasil, 1998

(No anexo I, página 96)

Tabela XI: Composição da Carteira Social do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social)
Em R\$milhões

Itens	141,9
Saúde	138,5
Educação	128,0
Desenvolvimento Rural em base Familiar	110,0
Sistema penitenciário	105,7
Desenvolvimento Regional	84,4
Trabalho e Renda	60,5
Modernização da gestão	49,6
Fundo Social	15,8
Total	834,4

Mas, se compararmos esses números com os de outros países, veremos que estamos muito aquém. Em 1999, os Estados Unidos investiram 7,1% do seu orçamento público em Educação e a África do Sul, Dinamarca e Suíça investiram 8%, comparados com o **1,0%** investidos pelo Brasil. Comparativamente, o Brasil passou a investir muito mais em educação (a partir da década de 80), investimento que não acompanhou o crescimento de seus **índices educacionais**, que continuam

muito abaixo do crescimento dos padrões educacionais internacionais (The World Competitiveness Year Book, 2001).

Há autores que relacionam a educação com o investimento em Pesquisa e Desenvolvimento realizado pelo país para que o mesmo desfrute de um desenvolvimento sustentável, sendo necessário investimentos nesses setores (Simonsen, 1979). Dessa forma, é importante ressaltar que no ano de 1999, os Estados Unidos investiram US\$ 243,5 milhões em pesquisa e desenvolvimento, enquanto que o Brasil investiu US\$ 5,8 milhões (The World Competitiveness Year Book, 2001).

Foi visto nesse tópico, que, historicamente, o governo brasileiro não parecia ver o investimento em educação como prioridade, não organizando o planejamento de uma política educacional (Nicol, 1997, p.63), que não havia uma democratização da educação (Kiddler, 1885, p.241) e que o controle sobre a ciência, muitas vezes, estava centralizado na mão-de-obra estrangeira (Dias, 1852, p. 350). Também foi visto que, na última década, os investimentos em educação foram aquém dos esperados (principalmente se comparados com os países desenvolvidos), denotando pouca importância dada à área por parte do poder público (SIGPE, n 294). O Governo de Fernando Henrique Cardoso implementou ferramentas importantes para a educação brasileira (como Funcef, Fundescola, bolsa-escola, sendo a maioria dos programas voltados para a ação no ensino fundamental), mas o investimento em educação, pesquisa e desenvolvimento estão aquém dos necessários.

Para completar a análise, será realizada uma abordagem de como é o sistema educacional do Brasil no tópico a seguir.

1.2.2 Sistema educacional brasileiro

De acordo com a atual Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB, de 1996), a educação escolar é instituída de educação básica (formada pela educação infantil, fundamental e ensino médio), visando à preparação básica para o trabalho e à cidadania, além do prosseguimento dos estudos, e à educação superior (Petrini, 2000, p. 50). A educação superior inclui os cursos de graduação e de pós-graduação, além dos cursos de extensão e dos cursos seqüenciais – nova modalidade implementada em 1999 que proporciona uma formação mais rápida que a graduação, não dando, porém, acesso à pós-graduação (almanaque Brasil 2002, p.173).

O sistema educacional abrange ainda o supletivo, educação de jovens e adultos, para aqueles que não concluíram o ensino fundamental e médio na idade própria (15 e 18 anos, respectivamente). Também abrange educação profissional, em três níveis: básico, técnico (correspondente ao ensino médio) e tecnológico (de nível superior). No sistema educacional brasileiro há o que é denominada “educação especial”, destinado a portadores de necessidades especiais como deficiência física e mental, (almanaque Brasil 2002, p.173).

Há instituições privadas, federais, estaduais e municipais. A rede pública responde por 87,6% das matrículas em todos os níveis e modalidades de ensino. As exceções ficam por conta do ensino superior e da educação especial, que apresentam maior índice de matrículas na rede privada. Num total de 1.180 instituições de Educação Superior no Brasil, 1004 são da rede privada e 61 são federais.

O Censo de Novembro de 2001 de educação de nível superior aponta para um crescimento do número de matrículas (14%, o maior percentual da década de 90) e para uma agregação das faculdades, através do aumento no número das faculdades integradas, que são uma forma de organização acadêmica das instituições, formadas pela associação de dois ou mais estabelecimentos.

Ensino Infantil

O censo de 2001 aponta para um crescimento do ensino infantil, através do aumento do número de matrículas, mas é relevante notar que, apesar do crescimento, ele ainda atende a menos de um terço das crianças nessa faixa etária (almanaque Brasil 2002, p.173). A dificuldade de acesso a esse tipo de escolarização é um dos pontos frágeis do sistema educacional brasileiro. Estudos reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC) apontam que a educação infantil, embora não seja obrigatória, proporciona melhor rendimento nos primeiros anos do ensino fundamental e diminui os índices de repetência e de evasão – problemas que atingem principalmente as famílias mais pobres, em que os pais têm baixo nível de instrução e a criança não encontra em casa jornais, livros ou brinquedos capazes de estimulá-la intelectualmente.

Ensino Fundamental: (os dados abaixo são baseados no Almanaque Abril, Brasil 2002 e no relatório do Ministério da educação de políticas e resultados, 1999).

Entre as crianças e os adolescentes brasileiros de 7 a 14 anos, 97% estão matriculados no ensino fundamental, que tem duração mínima de oito anos, da 1ª à 8ª série, e corresponde ao antigo 1º grau. A Constituição de 1988 estabelece que o ensino fundamental obrigatório e gratuito é um dever do Estado, inclusive para os

que não tiveram acesso a ele na idade própria, sendo criado o supletivo para pessoas que desejam completar o ensino fundamental fora da idade prevista.

O percentual de crianças e adolescentes brasileiros entre 7 e 14 anos na escola é considerado excelente por órgãos internacionais, como a UNESCO, e aproxima-se dos índices registrados em países desenvolvidos. É relevante mencionar que existem desigualdades regionais significativas no acesso ao ensino fundamental, principalmente entre o Sudeste e o Norte/Nordeste. De qualquer forma, entre 2000 e 2001, as taxas de crescimento nas últimas séries mantiveram-se altas no Norte (4,2%), com 46 mil novos alunos, e no Nordeste (6%), com 280 mil. Piauí (14,5%) e Amazonas (10%) apresentam os maiores índices de crescimento nas duas regiões.

De acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP), os problemas mais graves do ensino fundamental são repetência, evasão e distorção série-idade. A reprovação impede o progresso nos estudos, provoca o abandono e contribui para a distorção entre série e idade. Em 2000, 41,2% dos alunos matriculados no ensino fundamental estudavam em séries que não correspondiam à sua idade. Na 5ª série, essa distorção alcança 50%, reduzindo-se para 48% nas últimas séries. Em alguns estados do Nordeste, como Maranhão, Piauí, Pernambuco, Sergipe, Bahia e Alagoas, ela passa de 60%. O menor índice de distorção série-idade se verifica no estado de São Paulo (19,1%). No Sudeste, em geral, ela atinge pouco mais de 20%. O Ministério da Educação considera que, embora entre 1996 e 2000 tenha havido uma redução da média de distorção série-idade no país, um aumento nos índices de promoção e uma diminuição nas taxas de repetência e evasão do ensino fundamental, a distorção série-idade do país continua alta.

Para enfrentar os problemas de evasão, repetência e distorção série-idade, a LDB (1996) instituiu a progressão continuada, ou sistema de ciclos, que existe na maioria dos estados brasileiros. Na progressão continuada, o aluno não é avaliado no final de cada série, mas ao final de um ciclo que pode ser de dois, três ou quatro anos. Das 183.448 escolas existentes no país, 82,4% praticam somente o ensino seriado, enquanto 10% oferecem o sistema de ciclos e 7,6% apresentam as duas formas de organização. O Sudeste concentra a grande maioria dessas escolas. No estado de São Paulo, por exemplo, mais de 70% dos alunos são avaliados somente ao final do primeiro ciclo (na 4ª série) e do segundo ciclo (na 8ª série). A LDB (1996) também prevê o que é chamado de classes de aceleração. Essas classes são destinadas a crianças que apresentam defasagem de aprendizado, nas quais o aluno cumpre o ano letivo em um período mais curto. Essas classes são vistas como mais um mecanismo para a correção da distorção série-idade. Em 2001, mais de 1 milhão de alunos (1.132.025) do ensino fundamental estão matriculados nessas classes. Cerca de dois terços (803.883) vivem no Nordeste, única região do país em que há aumento no número de alunos em classes de aceleração. Em todo o país, o censo escolar registra uma diminuição de 5,9% nas matrículas em relação a 2000: o número de estudantes nas primeiras quatro séries diminuiu 10,1%, enquanto nos últimos anos a situação se mantém estável (mais 0,1%). Para o MEC, esse sistema está dando bons resultados, pois cresce a tendência de equilíbrio entre as matrículas da 1ª à 4ª série e a da 5ª à 8ª série. As estatísticas mostram também que a redução da repetência ajuda a manter o aluno na escola e melhora seu desempenho.

Ensino Médio

O Ensino Médio é o que mais cresceu na última década. O número de matrículas saltou de 4,5 milhões, em 1994, para 7,8 milhões, em 1999, e alcança 8,4 milhões em 2001, um crescimento de 86,6% em sete anos. O maior número de

alunos concentrou-se nas escolas estaduais em 2001, que detêm 83% das matrículas, enquanto a rede municipal acolhe apenas 2,8% dos estudantes, e a federal, 1%. Essas taxas são coerentes com a LDB (1996), que prevê que o ensino médio seja oferecido pelas redes estaduais.

A principal razão para o aumento de matrículas no ensino médio é a diminuição das taxas de repetência do ensino fundamental. Além disso, estudos indicam que, principalmente nas famílias mais pobres, quando o aluno supera a idade própria para a conclusão do ensino fundamental, ele deixa a escola para trabalhar; ao contrário, quando conclui a 8ª série, com 13 ou 14 anos, tende a continuar os estudos e completar o ensino médio. Outro fator importante para a expansão do ensino médio é a volta à escola, em razão da demanda do mercado de trabalho, cada vez mais competitivo, dos que haviam abandonado os estudos depois de concluído o ensino fundamental.

O perfil do aluno também muda. Há mais jovens trabalhadores ou que querem começar a trabalhar, o que cria grande procura pelo ensino médio.

Ensino Superior

Até 1999, apenas 11,3% dos brasileiros de 18 a 24 anos (faixa etária considerada ideal para cursar o ensino superior) estavam na universidade. Entre 1994 e 1999, ocorreu um aumento de 43,1% nos números de matrículas e o governo pretende, até o final da década, atender 20% da população em idade de cursar universidades. Apesar do crescimento, esse índice é um dos menores da América Latina: no Chile, 31% dos jovens nessa faixa de idade estão cursando universidades, índice que chega a 42% na Argentina e 24% na Bolívia. O crescimento do número

de matrículas no ensino superior deve-se principalmente, devido à expansão do ensino médio, que aumenta a demanda pelo ensino superior. Assim, o número de vagas no vestibular cresceu 57,6% entre 1994 e 1999 e a expansão do ensino médio no mesmo período foi de 57%.

A LDB (1996) oferece liberdade para as instituições elaborarem os próprios critérios de ingresso. A forma mais comum é o vestibular, mas outras formas alternativas vêm ganhando espaço. Um exemplo é a incorporação da nota do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio) na composição da nota do vestibular. Outro processo é o Programa de Avaliação Seriada (PAS), na qual a instituição aplica uma prova para os alunos de cada uma das três séries do ensino médio (diferente daquela aplicada pela própria instituição que o aluno está cursando o ensino médio). Outro processo é combinar a avaliação do histórico escolar do ensino médio com as notas do vestibular.

Uma crítica fortemente escutada a respeito do ensino superior (Almanaque Abril, Brasil, 2002) é a respeito da elitização do ensino superior, que aparece nas instituições mais concorridas, em sua maioria públicas. Foi realizada uma pesquisa entre os aprovados no vestibular de 2000 pela Fundação Universitária para o Vestibular (Fuvest), que seleciona candidatos para a USP (Universidade de São Paulo), para a Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo e para a Academia de Polícia Militar do Estado de São Paulo. Essa pesquisa mostra que três em cada quatro calouros (75,3%) concluíram o ensino médio em escolas particulares. Há indícios de que os jovens que estudaram em escolas particulares acabam ingressando em universidades privadas, caras e, na média, com um ensino de qualidade inferior (Almanaque Abril, Brasil, 2002).

Um informe do Ministério da Educação (Educação brasileira, políticas e resultados, 1999) afirma que no ensino superior umas das mudanças mais significativas foi a introdução de mecanismos de avaliação da qualidade do ensino, como o Exame nacional de Cursos, que passou a ser aplicado periodicamente, fornecendo o credenciamento às instituições anualmente. Outro projeto considerado fundamental pelo Ministério é o da Lei da Autonomia Universitária, que ainda está em fase de discussão. Segundo essa Lei, as universidades assumirão responsabilidade direta por sua gestão e pela elaboração e execução de seu orçamento. As universidades definirão também seus próprios planos de carreira e progressão, com provimento de empregos e salários correspondentes. Também serão criadas gratificações aplicáveis aos diversos empregos, com a universidade fixando critérios dessa concessão, de modo a inserir uma política ativa de recursos humanos.

Alguns fatores levam a considerar que o ensino brasileiro vem evoluindo e passa por um crescimento significativo, principalmente a partir de 2000.

Um fator considerado relevante por Maria Helena Guimarães de Castro, presidente do INEP (Resultados e tendências da educação Superior no Brasil, censo 2001, - apresentação) é o aumento da qualificação dos professores, medido pelo número de docentes com mestrado e doutorado. O Censo 2000 mostra que foi alcançada a marca de 51% de docentes com essas titulações. Em 1991, 35% dos docentes tinham mestrado ou doutorado. Em 1996, esse índice era de 41% e de 49%, em 1999.

Um dos melhores resultados das avaliações realizadas pelo Ministério da Educação é apontado como a ampliação dos quadros dos professores com pós-

graduação nas instituições privadas (de 28% em 1996 para 43% em 2000), apesar de não terem a maioria dos seus docentes com mestrado ou doutorado (www.inep.gov.br/noticias).

Um outro avanço considerado importante foi o fato da relação entre o número de estudantes por função docente ter crescido nos últimos anos. Em 1996, havia 11 alunos por função docente, índice que subiu, em 2000, para 14,7. Nas instituições federais e estaduais a proporção que era de oito estudantes por docente passou para 11,3 e 11,0 respectivamente. Nos estabelecimentos privados subiu de 14 para 17,3 (site da INEP).

O censo mostra muitas tabelas, números e porcentagens. Muitos índices apresentaram mudanças significativas, como aumento do número de matrículas, queda das abstenções, melhoria da qualificação do corpo docente, aumento do número de concluintes, mas não se pode avaliar o ensino de um país apenas através de uma análise do seu censo, é necessário ter-se um parâmetro de avaliação. Os parâmetros utilizados nos censos e estudos mais comuns são os valores apurados num período anterior, diagnosticando um avanço ou declínio do sistema educacional. Para fins deste trabalho, também é importante considerar parâmetros de outros países, já que comparar o sistema educacional brasileiro com o de países considerados desenvolvidos (como Estados Unidos, Inglaterra) demonstrará que a realidade brasileira é outra.

Atualmente, os níveis educacionais brasileiros continuam relativamente baixos quando comparados a países considerados desenvolvidos. De acordo com pesquisas realizadas pelo IBGE em 1999, a taxa de escolarização do Brasil (tanto na área rural como urbana), foi considerada baixa.

A taxa de escolarização não mostra em que nível de ensino a pessoa se encontra, apenas se está ou não estudando. Como já visto, o ensino superior cobre

pequena parte da população (principalmente se comparado a índices de outros países como Argentina, Chile e Bolívia). Apesar do crescimento do ensino médio no país, a taxa de escolarização ainda é baixa: corresponde a 33,4% da população de 15 a 17 anos, segundo a UNESCO. De acordo com dados de 1999, na Colômbia a escolarização nessa faixa etária é de 50% e no Chile, de 55%. Na Europa, a taxa chega a 80%. O atraso escolar se reflete na idade dos alunos que concluem o ensino médio. Em 1999, 62% dos que terminaram esse nível de educação tinham mais de 17 anos, idade suficiente para estar cursando o nível superior (apesar da idade apropriada ser 18 anos, 17 anos é uma idade considerada suficiente para estar cursando o nível superior).

O índice de escolaridade média mostra o número de anos que cada habitante de um país passa na escola. O continente africano tem uma das taxas mais baixas, segundo estudo elaborado pela UNESCO Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura (UNESCO) em 1996. Seus habitantes passam em média oito anos na escola. Na América do Norte e na Europa, os estudantes permanecem por 14 anos. No Brasil, a média de permanência de um aluno na escola é de 11 anos.

Além disso, a taxa de analfabetização brasileira encontra-se bem acima dos patamares dos países desenvolvidos, mas abaixo da média geral mundial como mostra a tabela XIII (dados retirados da UNESCO, 1999 Yearbook):

Tabela XIII: Taxa de analfabetismo no Brasil e no Mundo. População acima de 15 anos para cima

		Taxa de analfabetismo (%)		
		MF	M	F
World Total				
	1970	37.0	28.5	45.2
	1980	30.6	22.8	38.2
	1990	24.8	18.1	31.4
	1995	22.7	16.4	29.0
	2000	20.6	14.7	26.4
Developing Countries				
	1970	51.9	39.8	64.2
	1980	41.8	30.9	52.9
	1990	32.6	23.5	41.9
	1995	29.5	21.0	38.1
	2000	26.3	18.6	34.2
Developed Countries				
	1970	5.7	3.1	8.0
	1980	3.4	2.0	4.7
	1990	1.9	1.3	2.5
	1995	1.4	1.1	1.7
	2000	1.1	0.9	1.3
Brasil				
	1980	25,4	23,7	27,2
	1990	18,3	17,9	18,8
	1995	16,8	16,6	17,0
	2000	14,7	14,9	14,6

Legenda: M = Masculino, F = Feminino, MF = Masculino e Feminino

Assim, é possível dizer que o Brasil possui um sistema de ensino (considerando o modo como ele é dividido e seu conteúdo) satisfatório, que teoricamente abrange as necessidades da população, com o ensino infantil (como preparação para o ensino fundamental e uma forma de diminuir a evasão do mesmo), ensino fundamental e ensino superior (incluindo pós-graduação *strictu sensu e lato sensu* e cursos sequenciais). Há também o supletivo (para pessoas que não concluíram o curso na idade ideal) e o ensino especial (para portadores de deficiências mentais ou físicas). Como já foi visto, os principais problemas do sistema de ensino brasileiro estão na abrangência do ensino (número de pessoas

beneficiadas): o infantil, por exemplo, atende a um terço da população em idade ideal; o ensino médio atende 33,4% da população comparado com 50% na Colômbia e 55% no Chile, e o superior apresenta baixa porcentagem de alunos em idade ideal matriculados, e alta taxa de repetência, evasão e distorção de série-idade, principalmente no ensino fundamental. Apesar dos avanços, como aumento do número de matrículas, queda das abstenções, melhoria da qualificação do corpo docente, aumento do número de concluintes, aumento da relação aluno-docente, queda da taxa de evasão do ensino fundamental, etc., ficam como principais desafios para a educação brasileira a erradicação do analfabetismo, o aumento da escolaridade média da população e atendimento a uma parcela mais significativa da população dentro da idade ideal de cada ensino. Também se torna relevante analisar quem seriam os principais agentes de mudança nesses desafios. Na visão de Amartya Sen, a liberdade (eliminação das privações, considerando que a educação é uma forma de liberdade) é o principal objetivo do desenvolvimento e o **ser agente**, um ser livre e sustentável, ser como alguém que age e ocasiona mudança (Sen, 2000, p.25). Veja-se a seguir quem poderia desempenhar o papel de ser agente (no conceito de Amartya Sen) no que concerne à evolução da educação e assim do desenvolvimento sustentável do Brasil. Depois analisar-se-á quais os mecanismos do marketing social que esses agentes podem utilizar para ocasionar uma mudança.

1.2.3 Agentes de desenvolvimento da educação

Para analisar como a educação brasileira pode contribuir para o desenvolvimento do país, recomenda-se notar o papel do ser agente na educação brasileira. Amartya Sen (2000) conceituou esse ser agente como “alguém que age e ocasiona mudança” (p.25) Assim, os agentes de desenvolvimento da educação são promotores de educação que agem e ocasionam mudanças nesse campo.

De acordo com a definição de desenvolvimento colocada pelo autor, esse processo (de desenvolvimento) demandaria grande participação da população (que para participar determinantemente, precisa ser educada e obter acesso às informações do que ocorre no aparato público). Dessa forma, partindo da inferência de que é necessário desenvolver a educação brasileira e enfrentar seus desafios, como os mencionados no tópico anterior (como a erradicação do analfabetismo, o aumento da escolaridade média da população e atender uma parcela mais significativa da população dentro da idade ideal de cada ensino), para poder tornar o Brasil um país que cresça sustentavelmente, pode-se perguntar quem seriam o(s) agente(s) ativos nesse processo de desenvolvimento educacional. Pode-se iniciar uma análise através da interpretação do que é um **Estado Nacional** e quais seriam suas funções.

O Estado em um país pode ser definido como: “Poder político organizado, conjunto de instituições permanentes e sistemáticas, que estabelecem regulações obrigatórias através do uso real ou virtual da coação” (Martin.C.,1984).

Se tomarmos o que existe em termos de interpretações entre as relações entre Estado e desenvolvimento, podemos ressaltar que na teoria neoclássica e na teoria keynesiana, o Estado se apresenta sob o ponto de vista pragmático, generalista,

como substituto do mercado, como solução para os desequilíbrios do sistema econômico. A intervenção estatal se justifica no sentido de repor a solução ótima de equilíbrio. A teoria de um Estado moderno limitado apresenta o Estado limitado apenas à segurança, cobrança de impostos, educação, saúde básica, e o restante das necessidades sociais seria privatizado e dever do cidadão (Dupas, G. 1999). O enfoque dos marxistas franceses é nas funções exercidas pelo Estado e se manifesta direta ou indiretamente sobre a estrutura produtiva, não se subordinado aos interesses dos grupos monopolista (Dupas, G. 1999).

Este trabalho considera a definição das funções do Estado como a apresentada por Dupas (1999), sendo responsável pela educação da população. Acredita-se que cabe o questionamento se há outros agentes que podem complementar essa ação, inicialmente de responsabilidade do Estado. A Constituição do Brasil, Título VIII (ordem social) Capítulo III, Seção I, art. 205 afirma que:

“A educação, direito de todos e dever do Estado e da família será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.”

Mas será que é algo que o Estado tem de realizar essa tarefa sozinho, ou deveria haver um envolvimento da sociedade mais amplo nesse campo? Há uma interpretação possível desse artigo da Constituição, na qual o Estado e família teriam o dever de prover e incentivar a educação para todos e a sociedade teria o papel de colaborador nesse processo. Pode-se começar analisando o papel da sociedade, com a seguinte questão: como a sociedade poderia contribuir nesse processo?

A Constituição coloca a colaboração da sociedade como um incentivo, mas não necessariamente transmite responsabilidade para ela. Dentro da sociedade, podemos listar empresas, organizações não-governamentais, igrejas, sindicatos, organizações sem fins lucrativos, etc. (o governo e a família fazem parte da sociedade, mas estariam definidos separadamente, como mostra o artigo acima redigido).

É interessante verificar que a **lei das diretrizes básicas para a educação**, Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, coloca a colaboração da família como um dever, como se vê a seguir:

“TÍTULO II

Dos Princípios e Fins da Educação Nacional

Art. 2º. A educação, dever da família e do Estado, inspirada nos princípios de liberdade e nos ideais de solidariedade humana, tem por finalidade o pleno desenvolvimento do educando, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

Art. 6º. É dever dos pais ou responsáveis efetuar a matrícula dos menores, a partir dos sete anos de idade, no ensino fundamental.”

Mas, parece que a lei não garante meios para que a família possa garantir a educação ao filho, como uma renda mínima para que ele não precise trabalhar para sustentar-se no período das aulas e para que tenha condições de comprar seus materiais necessários. Há iniciativas do Ministério da Educação nesse sentido, mas ainda não estão amplamente implementadas .

Analisando a participação da sociedade na área educacional do país, pode-se abordar outros agentes como: iniciativas privadas, empresas, igrejas, etc. A participação da iniciativa privada na educação é definida de acordo com o artigo 7º:

“Art. 7º. O ensino é livre à iniciativa privada, atendidas as seguintes condições:

I - cumprimento das normas gerais da educação nacional e do respectivo sistema de ensino;

II - autorização de funcionamento e avaliação de qualidade pelo Poder Público;

III - capacidade de autofinanciamento, ressalvado o previsto no art. 213 da Constituição Federal.”

Pode-se perceber que não há predomínio de iniciativas privadas no ensino do Brasil, mas elas representam boa parte dele, respondendo por mais 80% no nível superior (de 1180 instituições de Educação Superior, 1004 são da rede privada e 61 são federais). Já no ensino médio há predomínio da rede estadual. (Almanaque Abril, Brasil 2002).

O número de **empresas** que criam entidades no terceiro setor ou que participam, de forma direta, como socialmente responsáveis, parece estar em crescimento. Alguns exemplos são Natura (com o projeto Crer para ver), Coca-Cola, Fundação Bradesco, McKinsey, entre outros (Magnelli, 2000). Também existem órgãos que se preocupam em ajudar essas instituições a terem resultados a partir de suas atividades, como o Gife e o Instituto Ethos (www.ethos.org.br). Eles disponibilizam um manual para a criação de organizações sem fins lucrativos, com mais de 300 associados, entre eles o Itaú, HSBC, Banco Safra, Banco Real, Globo, Blockbuster, etc.⁹

O *Competitiveness Year Book* (1999) indica que 7,5% da população da Finlândia possuem responsabilidade social, 6,8% da população do Chile, 6,6% dos Estados Unidos e 6,0% do Brasil, que está entre os maiores índices. Responsabilidade social pode ser definida como “decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar

⁹ Mais informações podem ser obtidas no site do Instituto Ethos: www.ethos.org.br

possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce” (Gazeta Mercantil, 10/11/98). Também pode ser definida como “a soma de vontades que constitui um consenso, uma obrigação moral e econômica a ligar o comportamento de todos os que participam da vida em sociedade” (Valor Econômico, 14/06/2000).

Essas Iniciativas podem trazer resultados para a população em termos do nível educacional da comunidade, formal ou profissionalmente? Elas podem contribuir para o desenvolvimento social? Há quem conclua que sim, como a dissertação apresentada por Marina Magnelli ao curso MPA da FGV-EAESP com o tema: *Educação e Desenvolvimento: O papel do Estado e a contribuição das empresas*. Partindo da afirmação de que não existe desenvolvimento econômico sem desenvolvimento social (envolvendo também a democratização da educação), o futuro do país dependeria dos setores mais ricos, das iniciativas empresariais, de cada cidadão, sem com isso diminuir a responsabilidade do poder público.

As **igrejas** também possuem um papel de importância relevante. Muitos bairros se organizam em volta delas, que acabam servindo como um “Estado prestador de serviços”. Isto porque elas acabam criando escolas primárias e até cursinhos para vestibular (acompanhados de alguma iniciativa privada ou de estudantes, em sua maioria), algumas possuem até padres que são médicos e vão visitar as famílias para cuidar dos doentes. Há exemplos em São Paulo, como o projeto Educafro, do Frei Beto e a Igreja da Nossa Senhora da Queropita na região do Bexiga em São Paulo.¹⁰

Dentre as interpretações mencionadas sobre o relacionamento entre Estado e desenvolvimento, ressalta-se a teoria do Estado moderno Limitado, que é a que mais se aplica aos dias de hoje no mundo (Dupas, 1999). Nela o Estado estaria limitado a: segurança, educação básica, cobrança de impostos, e o restante das necessidades seria privatizado e dever do cidadão (Dupas, 1999). Dessa forma, o **cidadão** que não

¹⁰ Essas informações foram obtidas através da observação de sites de Igrejas do Brasil, como: Igreja

trabalha ativamente na área pública também tem sua contribuição. As redes privadas de ensino também são amplamente responsáveis pela educação da população brasileira e possuem um papel determinante. As empresas e institutos também têm sua colaboração. Mas nota-se aqui que o Estado pode exercer um papel além do de prestador de serviços e regulamentador da sociedade, que é um papel coordenador desse processo, mediando ações públicas, privadas e do terceiro setor, sempre preocupado em, entre outras coisas, em melhorar a qualidade de ensino e democratizar o seu acesso. O papel da família também é ressaltado pela Constituição brasileira e considera-se seu dever garantir a educação dos filhos (LDB, 1996 e Constituição de 1988). Mas para isso, a família precisa ter renda suficiente para pagar materiais e não precisar que o filho trabalhe no período das aulas para se sustentar. Isso reforça o papel do Estado em dar condições e suporte para que outros agentes possam desenvolver a educação.

Assim, pode-se esperar uma conclusão inicial de que o papel do Estado é fundamental no desenvolvimento da educação brasileira, mas não somente como agente ativo, proporcionando amplo acesso a todos os níveis educacionais, e sim, também como organizador de institutos, de forma a tornar o processo acessível e ao mesmo tempo aberto para todos aqueles que tem interesse em participar.

Dessa forma, não há apenas um agente que pode contribuir para enfrentar os desafios das necessidades educacionais mencionadas no tópico anterior (como a erradicação do analfabetismo, o aumento da escolaridade média da população e o atendimento a uma parcela mais significativa da população dentro da idade ideal de cada ensino), mas sim uma gama deles (como a família, as empresas, organizações sociais, igrejas, etc), coordenados por iniciativas públicas.

1.2.4 Síntese do capítulo 1.2

Foi visto, neste capítulo, como é a educação brasileira hoje, abordando-se a história da educação no Brasil, os gastos públicos com educação a composição atual do sistema educacional brasileiro e os agentes de desenvolvimento da educação.

Como resultado dessas abordagens, pode-se dizer que historicamente, o governo brasileiro não parecia ver o investimento em educação como prioridade, na medida em que não organizou o planejamento de uma política educacional (Nicol, 1997, p.63), não se preocupou em garantir uma democratização da educação (Kiddler, 1885, p.241) e deixou, muitas vezes, o controle da ciência centralizado na mão-de-obra estrangeira (Dias, 1852, p.350). Também foi visto que na última década, os investimentos em educação foram aquém dos esperados (principalmente se comparados com os de países desenvolvidos), denotando pouca importância dada à área por parte do poder público (SIGPE, n 294). Também foram analisadas ações do atual governo brasileiro, que apesar de ter implementado ferramentas importantes para a educação brasileira (como Funcef, Fundescola, Bolsa-escola, na maioria, programas voltados para a ação no ensino fundamental), fez um investimento em educação, pesquisa e desenvolvimento, que estão aquém dos necessários, principalmente se comparados com o de países considerados desenvolvidos (analisando-se a porcentagem do orçamento investido em educação de cada um).

Em relação à composição do sistema educacional, é possível dizer que o Brasil possui um sistema de ensino (considerando-se o modo como ele é dividido e seu conteúdo) satisfatório. Teoricamente, ele abrange as necessidades da população, com o ensino infantil (como preparação para o ensino fundamental e uma forma de diminuir a evasão do mesmo), ensino fundamental e ensino superior (incluindo pós-graduação *strictu senso e lato sensu* e cursos sequenciais). Há também o supletivo

(para pessoas que não concluíram o curso na idade ideal) e o especial (para portadores de deficiências mentais ou físicas).

Os principais problemas do sistema de ensino brasileiro estão na abrangência do ensino (número de pessoas beneficiadas): o infantil, por exemplo, atende a um terço da população em idade ideal, o ensino médio atende 33,4% da população comparado com 50% na Colômbia e 55% no Chile, e o superior apresenta baixa porcentagem de matrículas de alunos em idade ideal, e alta taxa de repetência, evasão e distorção de série-idade, principalmente no ensino fundamental. Apesar dos avanços, como aumento do número de matrículas, queda das abstenções, melhoria da qualificação do corpo docente, aumento do número de concluintes, aumento da relação aluno-docente, queda da taxa de evasão do ensino fundamental, etc., ficam como principais desafios para a educação brasileira a erradicação do analfabetismo, o aumento da escolaridade média da população e o atendimento a uma parcela mais significativa da população dentro da idade ideal de cada ensino.

Em relação aos agentes de desenvolvimento da educação, conclui-se que o Estado é o principal agente responsável por fornecer educação à população que representa, mas que essa responsabilidade deve acompanhar um maior envolvimento da sociedade (sem com isso diminuir a responsabilidade do Estado). Entende-se como envolvimento da sociedade a ação de famílias (seja na conscientização da importância dos estudos, do estímulo à leitura em casa), as iniciativas privadas, organizações sociais, igrejas, etc.

A maior contribuição deste capítulo refere-se à sugestão de que todos os agentes de desenvolvimento da educação podem contribuir com os desafios do sistema educacional brasileiro atual (como erradicação do analfabetismo, aumento da escolaridade média da população e o atendimento a uma parcela mais

significativa da população dentro da idade ideal de cada ensino), coordenados por iniciativas públicas.

Dessa forma, analisa-se no capítulo seguinte como essa coordenação realizada pelo poder público pode ocorrer, abordando-se a possibilidade de utilização do marketing social como ferramenta de mobilização e conscientização da sociedade.

2. APLICABILIDADE DO MARKETING SOCIAL NA PROMOÇÃO DE POLÍTICAS EDUCACIONAIS

Marketing pode ser definido como “um processo ordenado e criativo de pensar e planejar para os mercados” (Kotler, 1998,p.14). O seu processo estaria dividido em analisar oportunidades de mercados, segmentar o mercado na procura do seu público-alvo, formular uma estratégia para definir seu composto de marketing específico e plano de ação e desenvolver controles para avaliar resultados (Kotler, 1998,p.14). Marketing não é só aplicável para bens e serviços, mas também para idéias, eventos, organizações, locais e personalidades. O ramo do marketing social estaria ligado à aplicação do marketing em idéias.

Uma das definições mais conhecidas do Marketing Social é a de Kotler, P. (1998) que o definiu como um instrumento de mudanças sociais para a **“(...)Alteração da forma de viver das pessoas e dos grupos pela transformação de práticas negativas ou prejudiciais em práticas produtivas, pela mudança de valores e atitudes em comunidades e em sociedade inteiras, e pela criação de novas tecnologias sociais que suscitem as mudanças desejadas e elevem a qualidade de vida das pessoas”**¹¹ (Kotler,1998, p.05). Outra definição é a de Vaz, G. (1995, p.280) “Marketing social é a modalidade de ação mercadológica institucional que tem como objetivo principal atenuar ou eliminar os problemas sociais, as carências da sociedade relacionadas principalmente às questões de higiene e saúde pública, de trabalho, educação, habitação, transportes e nutrição”. A Academia de Desenvolvimento Social define marketing social como uma estratégia que permite fortalecer a imagem, quer seja para vender idéias, quer seja para vender serviços ou produtos, sendo utilizado pelo primeiro, segundo e terceiro setores (<http://www.academiasocial.org.br/marketing/index.htm>). A Academia considera

¹¹ Grifo da autora

que, se bem utilizado, o marketing social pode ajudar a transformar o compromisso social de uma comunidade, interferindo em sua crença, atitude e valor.

Há autores no Brasil que se referem ao conceito de marketing social como a divulgação de atividades sociais realizadas por empresas privadas¹². Exemplificando, Mendonça e Schommer (2000, p.9) destacam que no Brasil “(...) o termo marketing social está sendo utilizado, especialmente pela mídia, para designar atuação empresarial no campo social com o objetivo de obter diferenciais competitivos, sem que essas ações tenham o objetivo de influenciar em um comportamento coletivo”. Num artigo publicado na Gazeta Mercantil, em 31 de outubro de 2000, Costa (2000) define marketing social como sendo “uma ferramenta de marketing e de posicionamento que associa a organização a uma questão ou causa social relevante, beneficiando a comunidade e proporcionando retorno para a empresa”. Costa (2000) também afirma que “com a adoção de uma causa, a organização torna-se mais ética, o que resulta numa percepção e intenção de compra significativamente maior por parte do consumidor”. Uma matéria publicada no jornal Valor Econômico (11/12/2000), levantou essa questão citando o caso de uma companhia que gastou R\$100 mil em um projeto social e, preocupada em reforçar sua imagem, investiu R\$900 mil para divulgar o programa na mídia. É importante ressaltar que as ações sociais promovidas pelas empresas, classificadas como de responsabilidade social ou qualquer outro termo, na maioria das vezes, não utilizam estratégias de marketing social, mas sim apenas de promoção social utilizando-se de marketing comercial¹³ (www.socialtec.com.br, acessado em 30.06.02). Assim, faz-se necessário esclarecer que, nesta pesquisa, está sendo utilizado o conceito de marketing social não como uma ação empresarial em um campo social, mas sim como um conjunto de ferramentas que pretendem mobilizar a sociedade, como visto na definição de autores como Kotler (1998) e Vaz (1995), para uma ação que seja

¹² Considera-se que essas atividades sociais não fazem parte do escopo de atuação principal da empresa.

considerada importante para ela, como, por exemplo, a valorização da educação no ambiente familiar.

Antônio Gois, em artigo recente (aprendiz, junho/02), cita o economista Claudio de Castro, que afirmou que a educação não avançava tanto na sociedade brasileira porque não era prioridade para as famílias, perdendo até mesmo para o futebol. Ele o conclui dizendo que, se os brasileiros se preocupassem tanto com educação tanto quanto se preocupam com futebol, o Brasil estaria em outro patamar. Os brasileiros seriam muito mais críticos em relação à Copa do Mundo, não se contentando com vitórias, mas exigindo que o Brasil jogasse também com qualidade, além de ganhar. Para o autor, a família brasileira deveria priorizar o ensino e ser mais exigente com ele, não se contentando apenas com a sua existência, mas também com a sua qualidade. O paralelo que é realizado nesse artigo entre futebol e educação é interessante:

“Na copa individual de cada um da educação, também cobraríamos com rigor qualidade no ensino. Não basta o aluno passar de fase (ou de ano). Cobraríamos que ele atuasse (aprendesse) bem, com qualidade, respeitando o técnico (professor), jogando para o grupo (com os demais alunos), mas sem ignorar suas características pessoais de jogo (seu talento).

E, quando as coisas fossem de mal a pior, poderíamos, em vez de falar mal de nossos alunos (jogadores), cobrar duramente melhorias do técnico (professor), da escola (CBF) e, principalmente, de nossos dirigentes (políticos).

Nesse ponto, apenas o cartão vermelho deveria ser abolido. Jogador que não se comportasse (assim como o aluno que não aprende), deveria ter atenção redobrada, para ficar no mesmo nível dos demais. Afinal, não basta termos um ataque (ou uma elite) no nível dos melhores do mundo se o meio-campo, a defesa e o banco de reservas estiver em nível muito abaixo de uma média aceitável.

Para vencer a Copa, todos sabem que é preciso ter conjunto. No mundo globalizado e competitivo da educação, também precisamos garantir que todos os brasileiros tenham o mesmo nível educacional, para, aí sim, deixar

¹³ Marketing comercial é definido pelo site www.socialtec.com.br como o Marketing tradicional (que é utilizado na venda de produtos, serviços, divulgação da marca, etc), contrapondo-se com o marketing social.

aflorar os talentos individuais que podem fazer a diferença” (Dias, A, Aprendiz.com.br, junho 2002).

A ferramenta do marketing social pode ser útil no sentido da opinião exposta acima, de mobilizar a sociedade em relação à educação, de ocasionar uma mudança social.

As mudanças sociais podem ser incentivadas por campanhas que tencionam dirigir e controlá-las (Kotler, 1998, p.10). Uma mudança social pode ocorrer espontaneamente, sem planejamento deliberado ou intervenção humana racional ou através de um planejamento estratégico com metas e objetivos específicos. O marketing social proporciona uma mudança social através de um planejamento estratégico de ação e resultados, tendo como objetivo e desafio, “gerar mudança social para a melhora da vida” (Kotler, 1998, p.10). A mudança social sem um planejamento estratégico pode apresentar menos chances de se sustentar a longo prazo, se ela “der certo” (apresentar resultados de longo prazo e assim serem sustentáveis), será mais obra do acaso do que de um planejamento. É importante ressaltar que programas efetivos e eficientes são fundamentais para a implementação de marketing social, através do uso de tecnologia e conhecimento científico adequado, ao invés de métodos arbitrários e intuitivos. Assim, o marketing social é considerado um conjunto de ferramentas e conceitos modernos de marketing.

Uma campanha pode ser considerada marketing social se for direcionada para ser um instrumento de mudança social, como definiu Kotler, gerando mudanças sociais para a melhora da vida. Para ser bem sucedida, a campanha precisa incentivar, proporcionar mecanismos para obter respostas permitindo que o receptor transforme motivação em ação. Esses podem ser considerados os fatores críticos de sucesso de uma campanha. Uma campanha social deve ter uma estratégia de mudança, abrangendo uma causa (objetivo social, que dará uma resposta desejável a um problema social), público alvo da campanha, canais de comunicação e

distribuição (da idéia ou informação) e um agente de mudança que procure introduzir uma mudança social (Kotler, 1999).

Há exemplos de campanhas para mudanças sociais através do marketing social que obtiveram sucesso através de um planejamento particularmente bem feito, como o Programa de Prevenção de Doenças Cardíacas, de Stanford, e a Campanha Sueca para mudar as Regras na Estrada (Kotler, 1999:35). Essas campanhas foram bem formuladas, com mensagens que realmente transmitiam vantagens motivadoras aos cidadãos, de forma a atrair sua atenção, e foram capazes de proporcionar à população uma maneira conveniente de responder positivamente aos seus objetivos, pondo em prática suas intenções. Há muitos exemplos de campanhas sociais no Brasil, como: “Campanha de Combate às Drogas” que indicava locais de atendimento à população (na Estação Carioca), distribuía material informativo, publicações científicas, realizava jogos interativos, orientava para tratamento anti-drogas e para serviços de prevenção, além de executar exposição de produtos artesanais confeccionados por usuários de álcool/drogas das unidades de tratamento. Outros exemplos são as campanhas: ‘Basta, eu quero paz’, ‘click fome’, ‘seja um



voluntário’, ‘pedofilia é crime”, entre outras.

José Afonso Mazzon, em sua tese de doutorado para a Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, apresentou três situações na qual se poderia aplicar a ferramenta do marketing social:

- 1) Quando novas informações ou determinadas práticas sociais necessitam ser disseminadas,

- 2) Quando o contra-marketing é necessário; e
- 3) Quando uma ação ou ativação de uma idéia é necessária.

Na primeira situação, aplica-se a ferramenta de marketing social quando as pessoas necessitam ser informadas de uma oportunidade ou práticas sociais que melhorem a qualidade de suas vidas. Por exemplo, em alguns locais da cidade, está sendo implementada a coleta de lixo seletivo, para recipientes de lixos de diferentes cores correspondem diferentes tipos de resíduos materiais. A separação do lixo em papéis, latas e vidros podem melhorar a qualidade de vida das pessoas, pois facilita a reciclagem, podendo diminuir o desmatamento, a poluição (já que as árvores absorvem poluição), etc. Mas as pessoas precisam ser informadas por que para ela é melhor separar seu lixo e precisam ser motivadas a realizar essa prática social, preocupando-se em colocar cada lixo em seu devido recipiente.

A segunda situação ocorre quando a ferramenta de marketing está sendo utilizada para estimular o uso de produtos nocivos à saúde, como é o caso do cigarro e bebidas alcoólicas. Assim, utiliza-se a mesma ferramenta para mostrar as conseqüências nocivas desses mesmos produtos, realizando-se um contra-marketing. É comum vermos, em comerciais de cigarro, uma advertência do governo avisando a população dos danos que ele pode trazer para a sua saúde. Atualmente há advertências em alguns comerciais de bebidas também (para que não se dirija após o consumo, para que não se consuma em excesso porque pode causar impotência sexual, etc.).

A terceira situação já visa à tarefa de mover as pessoas da intenção para a ação. Ela é emergencial e tem a necessidade de ser cumprida num espaço curto de tempo. Foi o caso da campanha para que se consumisse menos energia elétrica em 2001. Era necessário que a população diminuísse muito seu consumo de energia

elétrica, porque não chovia fazia muito tempo e havia o perigo do país ficar sem luz por um período considerável. A população foi incentivada a agir rapidamente, através de benefícios e punições (como um desconto ou uma multa), em relação a determinados parâmetros de consumo de energia elétrica (site do Energia Brasil, governo federal)

Nos três casos, a informação deve ser transmitida para um amplo contingente de pessoas, de modo a estimular e reforçar novos comportamentos. Uma população pode ter maior ou menor propensão para aderir a práticas sociais, o que é chamado por *Marketing Culture* pelo Competitiveness Year Book. Segundo esse conceito, a população de um país com elevado *Marketing Culture* estaria mais propensa a ser estimulada a aderir às práticas sociais e ter novos comportamentos reforçados, facilitando a presença do marketing social (segundo a definição utilizada neste trabalho).

No Competitiveness Year Book (2001), em um total de 49 países, o Brasil obteve a 20ª classificação em relação à prática de ética, 44ª em relação à aplicabilidade da ciência na educação, 33ª em relação a seu sistema educacional, 44ª na infra-estrutura de saúde fornecida para a população, 46ª em relação ao crescimento da dívida real do governo, 46ª na contribuição social dos trabalhadores e 40ª na economia doméstica. Ao mesmo tempo, o Brasil foi o 7º colocado no item *Marketing Culture*, 12º colocado no item de Cultura nacional (que mede quanto uma nação é aberta a influência estrangeira), o 13º colocado no item de preconceitos presentes na cultura nacional (discriminação como raça, sexo, história de vida) e o segundo colocado no item de flexibilidade e adaptabilidade (as pessoas do país são flexíveis o suficiente para adaptarem-se a desafios).

As colocações abaixo de 20º (dentre 49 posições) indicam que o país não é reconhecido como detentor da característica analisada. Dessa forma, esses números podem indicar que, apesar de **não** ser reconhecido como um país onde se investe o

suficiente a ciência em educação (comparado com países desenvolvidos que teriam sistemas educacionais mais eficientes ao aplicar elevado grau de ciência em educação), que possui uma infra-estrutura adequada para a sociedade (saúde, transporte, tecnologia) e também não ser reconhecido como um país que possui um sistema educacional que atende às necessidades da população; o Brasil apresenta uma flexibilidade para mudança (comparado com outros países através do ranking citado) e uma grande aceitabilidade do *Marketing Culture*. Isso pode indicar uma possível predisposição da população às mudanças, estando, talvez, suscetíveis às idéias e às mobilizações que a ferramenta do Marketing social pode sugerir.

Considerando-se que a população brasileira pode apresentar uma predisposição às mudanças e que possui propensão para aderir a mobilizações que o marketing social pode sugerir, podemos pensar em como mobilizar a população na direção de um desenvolvimento sustentável do país. Partindo-se das conclusões abordadas nos capítulos anteriores, que o alavancamento da educação é necessário para que um país desenvolva sustentavelmente e que ela é papel não só do Estado, mas também da sociedade, pode-se estabelecer uma relação de como a sociedade pode ser mobilizada e estimulada a exercer seu papel de fomentadora da educação.

Dessa forma, coloca-se em questão neste trabalho a aplicabilidade da ferramenta do marketing social como um mecanismo capaz de mobilizar a população e obter sua adesão no sentido da educação. A educação também ocorre dentro de casa, através do incentivo de leituras e da motivação dos pais. Por exemplo, o governo atual brasileiro realizou uma campanha de incentivo à leitura (maio de 2002), aproveitando a Bienal do Livro. Essa campanha pode ser chamada de Marketing Social, já que estimula os pais a tornarem-se agentes de desenvolvimento da educação, utilizando veículos de comunicação para tal. A campanha chama-se “Vamos fazer do Brasil um país de leitura” e fornece algumas

dicas para os pais de como incentivar a leitura dentro de casa, como pode ser visto no site do MEC:

“Na escola do seu filho, os professores trabalham para que as crianças gostem cada vez mais da leitura. Mas com o seu apoio, vai ser muito mais fácil. Estimule a leitura na sua casa. Pode ser muito divertido, confira:

* As crianças aprendem com seu exemplo
Leia sempre que puder livros, revistas ou jornais.

* Ler junto com os filhos é uma delícia
Se você trabalha de dia, reúna-os para a leitura na hora de dormir (vinte minutos são suficientes)

* Estimule a fantasia
Pergunte para seus filhos o que eles acham que vai acontecer com a história e seus personagens, estimulando a imaginação deles. Incentive a relação entre o mundo da literatura, suas vivências e outras leituras.

* Explique as palavras difíceis
Ao se deparar com alguma palavra difícil, avance um pouco mais na leitura, pois muitas vezes o próprio texto esclarece o sentido. Se isso não acontecer, explique ou recorra ao dicionário.

*Vá com seus filhos à biblioteca da escola, do MEC ou da cidade.
Ajude-os a escolher um livro e pegue um também para você.

*Peça para que um irmão leia para o outro e estimule seus filhos a lerem sempre que possível”

É relevante mencionar outras iniciativas do governo que buscaram a mobilização e conscientização da população. A partir de uma entrevista realizada pela autora deste trabalho (08/02) com a chefe da Assessoria de Comunicação Social do Ministério da Educação, Sandra Inácio, e dos materiais fornecidos pela mesma, são relatadas a seguir algumas políticas implementadas pelo Ministério da Educação através da utilização do Marketing Social.

Destaca-se o “Programa Nacional de Bolsa Escola”. O Bolsa Escola surge como um desdobramento do Programa de Garantia de Renda Mínima (PGRM), que consiste em repasse de recursos federais aos municípios que, por sua vez, repassavam-nos às famílias carentes que tivessem crianças entre 7 a 14 anos freqüentando a escola. O benefício era calculado a partir da renda *per capita* da família e do número de crianças na faixa etária estabelecida, os municípios tinham a obrigação de participar com 50% dos recursos totais. Em 2000, havia cerca de 1,7 milhão de beneficiários, com repasses na ordem de R\$ 162,7 milhões/ano. Mas o PGRM apresentava uma série de problemas na sua implementação, como por exemplo a existência de dificuldade dos municípios mais carentes em contribuir com 50% do repasse e a capacidade orçamentária do programa ser insuficiente para cobrir a demanda. Visando enfrentar essas dificuldades, o Bolsa Escola é criado em forma de medida provisória, no qual a União participa integralmente do pagamento dos benefícios e o orçamento pôde ser multiplicado, através da transferência de recursos por parte do Fundo de Combate e Erradicação da Pobreza (que tem vigência até 2010). A quantia de benefícios total chegou a R\$1,7 bilhão e a faixa etária também foi estendida. A missão do Bolsa Escola é procurar assegurar a permanência da criança na escola por meio de um incentivo financeiro. Isso possibilita que, a médio e longo prazo, uma geração inteira conclua o ensino fundamental, aumentando suas possibilidades de participação social e econômica e contribuindo para a melhoria das condições de vida no País. O marketing social foi utilizado nesse sentido com os seguintes objetivos: integrar as famílias ao processo educacional de seus filhos e contribuir para a geração de uma cultura escolar positiva em camadas sociais tradicionalmente excluídas da escola, auxiliar no combate ao trabalho infantil e à opção da rua como meio de subsistência das famílias pobres, evitando o contato de crianças e adolescentes com situações de risco pessoais e sociais, particularmente as relacionadas com drogas, prostituição, violência e criminalidade.

Iniciou-se uma série de ações que permitiram a efetiva implementação do programa em 98% dos municípios brasileiros. Além do uso de veículos de comunicação, da página do Bolsa Escola no portal do Ministério da Educação na Internet e da distribuição de material às prefeituras, foi criada a caravana do Bolsa Escola, que percorreu o país divulgando o programa nas reuniões de associações de Prefeitos, da União dos Dirigentes Municipais de educação e do Programa de Apoio aos Secretários Municipais de educação, entre outras. A caravana auxiliou a divulgação do Bolsa Escola em 2.286 municípios. Também foi criada uma série de cartilhas, que conscientizavam professores, alunos e os pais da importância da permanência do estudante na escola e de como o Bolsa Escola poderia contribuir para isso.

O Ministério da Educação considera que, graças à mobilização da sociedade alcançada pelo marketing social, os resultados obtidos foram satisfatórios. Em 2001, houve adesão total de 5.470 municípios brasileiros, alcançando-se 98% dos 5.561 existentes no país. O Programa oferece benefício financeiro para mais de 8,2 milhões de crianças pertencentes a 4,8 milhões de famílias.

Outro programa que merece destaque é o FUNDEF (Fundo de Manutenção e Desenvolvimento do Ensino Fundamental). Esse fundo garante que 15% dos principais impostos e transferências de Estados e Municípios sejam investidos no ensino público de primeira a oitava série. O diferencial desse programa é que o dinheiro distribuído para os Estados e Municípios é proporcional ao número de alunos matriculados no ensino fundamental e na educação especial na sua rede pública, diminuindo as desigualdades regionais. Nos Estados e Municípios mais carentes (onde a arrecadação não é suficiente para atingir o valor mínimo por aluno), a União deposita na conta do FUNDEF verbas complementares. É importante ressaltar que 60% de todo o dinheiro do FUNDEF precisa ser aplicado na

capacitação de professores e no pagamento dos profissionais do Magistério. Toda cidade tem um Conselho do FUNDEF, formado por pais e alunos, profissionais de escolas públicas e representantes da sua secretaria de educação. A Prefeitura presta conta todos os meses para esse Conselho, explicando onde e como o dinheiro do FUNDEF foi aplicado. A ferramenta do Marketing Social foi utilizada na conscientização da sociedade da importância da fiscalização do dinheiro que era repassado através do FUNDEF. Assim, cartilhas foram criadas explicando o que é o programa, como fazer parte do Conselho, como cobrar prestação de contas por parte da Prefeitura, etc.

Outra iniciativa de destaque é PCN (Parâmetros Curriculares Nacionais). Como não há um currículo obrigatório nacional (mas sim estadual), o Ministério da Educação criou um programa que visava orientar professores e as famílias quanto ao currículo que se considera adequado para cada série. Seu objetivo foi definido por Sandra Inácio como sendo “ampliar e aprofundar um debate educacional que envolva escolas, pais, governos e sociedade e dê origem a uma transformação positiva no sistema educativo brasileiro”. Os parâmetros foram elaborados através de uma consultoria que reuniu professores renomados de diversas universidades e escolas do Brasil, com a intenção de construir referências nacionais comuns ao processo educativo em todas as regiões brasileiras. Dentro dos temas considerados fundamentais para o ensino em questão, também se incluiu os Temas Transversais. Temas Transversais são temas que permitem um elo de discussão entre áreas de estudo, para que passem todas a servir a um projeto social definido pela comunidade. Baseia-se na discussão de temas que estão relacionados a um contexto político e social específico. É um recurso que faz dos conteúdos acadêmicos estudados na escola um instrumento para pensar questões socialmente relevantes para aquele conjunto de pessoas. Alguns temas são: ética e sociedade, cidadania, moral, pluralidade cultural, meio ambiente, saúde, trabalho e consumo, etc. Sandra Inácio (Chefe da Assessoria de Comunicação Social) afirmou que muitos

professores reclamavam não saber o conteúdo dos parâmetros para poder ensinar aos alunos. Assim, foi criada uma equipe de treinamento de professores. A ferramenta do marketing social foi utilizada para conscientizar as escolas e universidades da importância dos parâmetros, já que muitas poderiam não dar a devida importância, por não acreditar no seu conteúdo, desmerecendo todo o trabalho realizado para a criação dos mesmos. Segundo Sandra Inácio, o sucesso dos parâmetros não teria se concretizado sem o investimento em marketing social que necessitava.

Não está sendo analisada, neste trabalho, a eficácia das ações do Ministério da Educação descritas. Essas iniciativas estão sendo utilizadas como exemplos de políticas públicas que utilizaram a ferramenta do marketing social e consideram que ela tenha auxiliado na implementação da política assim como na mobilização e conscientização da sociedade. Nesse sentido, são consideradas políticas que obtiveram sucesso na utilização da ferramenta do marketing social.

Dessa forma, na maioria dos casos, a ferramenta do marketing social foi utilizada para conscientizar a população, mobilizar famílias e escolas, vendendo uma idéia para elas e diminuindo a negação que muitas poderiam apresentar em conhecer o novo, o não familiar, conhecido.

Portanto, aborda-se neste trabalho o conceito de marketing social relacionado à sua aplicabilidade na alteração da forma de viver das pessoas (Kotler, 1998), assim como atenuar carências da sociedade (Vaz, 1995), não em relação à comunicação de atividades sociais realizadas por empresas privadas (Costa, 2000). Depois, viu-se que a população brasileira possui uma flexibilidade para mudança, apresentando propensão para aderir a mobilizações que o marketing social pode sugerir

(Competitiveness Year Book, 2001). Em seguida, conclui-se que essa propensão pode ser otimizada através da aplicabilidade do marketing social, principalmente em relação às políticas públicas que busquem soluções para carências da população (como por exemplo, na área da educação).

2.1 Síntese do Capítulo 2

A principal contribuição deste capítulo refere-se ao conceito de marketing social abordado. Utiliza-se a ferramenta de marketing social como um instrumento capaz de alterar a forma de viver das pessoas e dos grupos, transformando práticas negativas, mudando valores e atitudes (Kotler, 1998). Assim, no conceito abordado, o marketing social é uma ferramenta que ocasiona mudanças sociais podendo ser incentivadas por campanhas que objetivam dirigir e controlá-las. A campanha precisa motivar, criar mecanismos para obter respostas, permitindo que o receptor transforme motivação em ação. Ela, necessariamente, deve ter um planejamento bem feito, definindo-se a estratégia de mudança, os adotantes alvos da campanha, os canais de distribuição e comunicação e um agente de mudança que procure introduzir a mudança social (Kotler, 1998). Há três situações na qual pode-se aplicar essa ferramenta: Quando novas informações ou determinadas práticas sociais necessitam ser disseminadas, quando o contra-marketing é necessário ou quando uma ação ou ativação de uma idéia é necessária (Mazzon, 1992). Depois, abordou-se que há indícios de que a população brasileira apresenta uma flexibilidade para mudança (Competitiveness Year Book, 2001), apontado um espaço para a utilização da ferramenta em questão (já que ela objetiva prioritariamente uma mudança).

Vistos esses conceitos, analisou-se alguns programas do Ministério da educação que obtiveram sucesso com a utilização do marketing social (como o FUNDEF o Programa Nacional Bolsa escola e o Projeto de Parâmetros Curriculares Nacionais), exemplificando como essa ferramenta pode ser utilizada. Sua contribuição para este trabalho foi a de apontar a existência de um relacionamento concreto entre a utilização da ferramenta do marketing social e o desenvolvimento da educação.

3. PROPOSTA DE PESQUISA

3.1 Propósito da pesquisa

O propósito desta pesquisa é o de observar como personalidades formadoras de opinião entendem o conceito do marketing social como ferramenta de conscientização do papel da educação no desenvolvimento sustentável do país. É uma pesquisa de natureza exploratória, utilizando-se o método de coleta por entrevistas individuais em profundidade.

3.2. Objetivo da pesquisa

Ela pretende abordar como a amostra pesquisada entende o conceito de desenvolvimento sustentável, a relação desse conceito com educação. Também pretende analisar o que entendem por marketing social e se (e como) ele pode ser uma ferramenta de mudança e conscientização da sociedade. Assim, foi desenvolvido um roteiro de perguntas (divididos nos objetivos acima descritos) para dar melhor encaminhamento à pesquisa:

Objetivo 1: Conceito de desenvolvimento sustentável

P_{1.1}: Como o Sr (a) entende o conceito de desenvolvimento sustentável?

P_{1.2}: Há indícios de que o Brasil desenvolve-se sustentavelmente?

P_{1.3}: É possível desenvolvimento econômico sem que o desenvolvimento social o acompanhe?

Objetivo 2: Relação entre desenvolvimento sustentável e educação

P_{2.1}: O que o Sr (a) entende por Educação?

P_{2.2}: Como o Sr (a) considera ser a educação no Brasil?

P_{2.3}: Na sua opinião, a educação do Brasil atende às necessidades da população? Por quê?

P_{2.4}: Qual sua percepção sobre as políticas educacionais existentes atualmente?

Objetivo 3: Conceito de marketing social

P_{3.1}: O que o Sr. (a) entende por marketing social?

P_{3.2}: Quais experiências positivas/negativas, no seu conhecimento, que já foram realizadas através do marketing Social?

Objetivo 4: Papel do Marketing social na alavancagem de políticas educacionais no Brasil

P_{4.1}: Na sua concepção, o marketing social pode contribuir para a melhora de um sistema educacional?

P_{4.2}: No seu conhecimento, há outras ferramentas que podem ser utilizadas para promover mudanças sociais?

3.2 Desenho da pesquisa

Esta pesquisa constitui-se nos moldes de uma **pesquisa exploratória**, por buscar um entendimento sobre a natureza geral de um problema, as possíveis hipóteses alternativas e as variáveis relevantes que precisam ser consideradas (Aaker, 2001). Uma pesquisa nos moldes exploratórios apresenta métodos muito flexíveis, não estruturados e qualitativos; “a falta de estrutura rígida permite que se investigue diferentes idéias e indícios da situação” (Aaker, 2001, p.94). A característica de ser uma pesquisa qualitativa refere-se ao seu objetivo principal, buscando idéias das perspectivas dos entrevistados, ajudando o pesquisador a compreender o escopo e a complexidade dos aspectos que está pesquisando. Também é relevante mencionar que os dados qualitativos são coletados para se conhecer melhor aspectos que não podem ser observados e medidos diariamente (Aaker, 2001, p.206).

Como se trata de uma pesquisa qualitativa que não tem como objetivo comprovar uma teoria e sim abordar opiniões e desvendar conceitos, a amostra selecionada é uma **amostra por julgamento**, procurando coletar pontos de vista de pessoas renomadas, estudadas, conhecidas como detentoras do conhecimento e formadoras de opinião.

A **coleta de dados** baseia-se numa **entrevista pessoal, individual e em profundidade**. As entrevistas seguirão um roteiro baseado em perguntas abertas definidas previamente. Foi escolhida uma entrevista não diretiva para possibilitar a máxima liberdade de resposta do respondente, nos parâmetros do assunto, onde o pesquisador tem uma menor interferência na aplicação da pesquisa do que numa

entrevista semi-estruturada. Foram escolhidas perguntas abertas na formação do roteiro da entrevista para possibilitar a grande variedade de respostas que podem ser obtidas e a ausência de influência de categorias pré-especificadas.

Há algumas desvantagens conhecidas com relação às perguntas abertas, como o fato da variabilidade na clareza e na profundidade da resposta depender em grande parte de quanto o respondente é articulado em entrevistas, da capacidade do entrevistador em escrever as respostas literais rapidamente, de cada respondente poder ter diferentes estruturas de referência - e essa diferença pode ser difícil de ser discernida pelo pesquisador (Aaker, 2001, p 322). Mas, no caso da amostra escolhida, os entrevistados são pessoas com o domínio sobre a expressão clara, e é interessante, visto os objetivos desta pesquisa, observar as diferentes estruturas de referências entre os entrevistados. Além disso, as entrevistas serão gravadas, não havendo o problema da necessidade de rápida transcrição.

3.4 Interpretação das respostas

Os entrevistados foram:

Sandra C. Inácio – Chefe da Assessoria de Comunicação do Ministério da Cultura

Manuel Horácio Francisco da Silva– Executivo, ex-presidente da Telemar, ex-Vice-presidente da Companhia Vale do Rio Doce, ex-presidente da FICAP (principal empresa de fios e cabos elétricos do Brasil) e ex-diretor executivo da Erikson.

Luciano Coutinho – Consultor econômico, professor da Unicamp

Senador Eduardo Suplicy – Economista, professor da EAESP-FGV

Todos os entrevistados concordam com a importância do marketing social como instrumento de mobilização da sociedade. Manoel Horácio aborda essa ferramenta como um mecanismo a ser usado pela administração pública do país para aumentar a eficiência de suas políticas públicas. Mas acredita que o governo brasileiro pouco tem utilizado essa ferramenta para a conscientização da sociedade, mas que outras organizações começam a utilizá-la cada vez mais e com grande eficiência. Sandra Inácio também apresenta essa visão e acredita que essa ferramenta está sendo devidamente utilizada pelo governo brasileiro atual, contribuindo para a eficácia das políticas públicas implementadas pelo Ministério da Educação, alavancando seus resultados, mobilizando e conscientizando a sociedade perante os problemas educacionais diagnosticados. Já Luciano Coutinho define marketing social como uma ferramenta capaz de inverter necessidades e valores, para que seja possível atingir um bem estar da sociedade no presente e no futuro. O Senador Eduardo Suplicy acredita que um possível uso da ferramenta é a propagação de soluções positivas para gerar maior oportunidade de trabalho e melhorar a distribuição de renda, como as iniciativas das formas cooperativas de produção.

A amostra também acredita que o marketing social pode ser uma ferramenta que contribui para o desenvolvimento sustentável do país, através da divulgação de programas voltados para educação (mobilizando a sociedade em relação à importância da educação, e a necessidade de priorizá-la no ambiente familiar).

É interessante ressaltar uma parte da amostra (metade dela) considera o conceito de desenvolvimento sustentável pela ótica ambiental, como sendo aquele que leva em consideração o bom aproveitamento dos recursos produtivos e dos recursos naturais para a melhoria do padrão de vida da população presente, e levando em consideração também as necessidades e o bem estar das gerações futuras. A educação seria, assim, necessária para que a sociedade possa zelar e preservar o meio ambiente.

Essa educação, na forma não apenas de acesso aos meios básicos de ensino, como ensino infantil, fundamental, médio e universitário, mas também como disponibilidade de informação (como os prováveis danos que certas ações podem causar, a curto e longo prazo, no meio ambiente), poderia ser alcançada através da ferramenta do marketing social.

Pode-se dizer que as entrevistas cumpriram com seu objetivo inicial, verificando como o marketing social pode contribuir como ferramenta de mudança e conscientização do papel da educação para o desenvolvimento sustentável do Brasil e como a amostra analisada entende o relacionamento entre as variáveis educação, desenvolvimento sustentável e marketing social.

CONCLUSÃO DO RELATÓRIO FINAL

Retomando as perguntas iniciais que estimularam a realização deste projeto de pesquisa sobre qual seria a relação entre educação e desenvolvimento sustentável de um país, abordando o que seria o conceito de desenvolvimento sustentável; como o Brasil estaria inserido nesse conceito; qual seria a importância da educação para o desenvolvimento sustentável; como é a educação brasileira hoje e se há espaço para a utilização do marketing social como uma ferramenta de mudança e mobilização da sociedade, pode-se dizer que elas foram atendidas.

Concluiu-se que a educação é primordial para que um país atinja um desenvolvimento que se sustente no futuro, segundo a forma como Amartya Sen o entende (2000), para o qual a educação seria uma das liberdades consideradas essenciais.

O Brasil foi considerado atrasado em relação ao conceito de desenvolvimento sustentado, segundo análise efetuada através da abordagem de Leibenstein (1967) e Amartya Sen (2000). Essa conclusão partiu da avaliação de que há, no país, taxas de desemprego e analfabetismo muito maiores do que a média dos países desenvolvidos, com uma população com baixa renda *per capita*, com a maior parte do orçamento familiar gasto em despesas de primeiras necessidades e alimentação, poupança incipiente, habitação deficiente, más condições higiênicas, alta taxa de trabalho infantil, e que não há a garantia das liberdades. Também foi visto que o Índice do IDH (Índice de Desenvolvimento Sustentável) classifica o Brasil na 69ª posição (numa lista de 162 países), apresentando sérios problemas sociais, colocados pelo PNUD como desafios para um desenvolvimento que se sustente: desigualdade social, tirar a população da pobreza e tornar a democracia mais participativa.

Também foi visto que, não há no Brasil, a plena presença das liberdades descritas por Amartya Sen, como liberdades políticas (liberdade de expressão e eleições livres), facilidades econômicas (oportunidade de todos participarem no comércio e na produção), oportunidades sociais (na forma de plenos serviços de educação e saúde), não se chegou a uma conclusão de que há plena segurança protetora (garantias na forma de previdência e salário desemprego), e não há um plano estratégico de combate aos desvios de dinheiro público (garantias de transparência).

A partir do posicionamento do Brasil no conceito de desenvolvimento sustentado apresentado, analisou-se a importância da educação para esse conceito. Chegou-se a conclusão de que ela é fundamental para o crescimento de um país e para o desenvolvimento de sua sociedade, que o indivíduo que aprenda, sinta-se útil e possa usufruir as liberdades a que tem direito.

Não se procurou, nesta pesquisa, avaliar todas as variáveis do desenvolvimento de um país e nem como ele poderia alcançar um desenvolvimento que se sustente a longo prazo, mas sim analisar a importância da educação para esse desenvolvimento.

Tendo clara a importância da educação para o desenvolvimento sustentado de um país, analisou-se como o governo brasileiro investia nesse setor. A conclusão é que não há uma priorização da garantia de educação para a população brasileira. O ensino brasileiro é considerado como satisfatório na sua concepção, mas que deixa a desejar quando se analisa a quantidade de pessoas beneficiadas por ele.

Depois da análise realizada, conclui-se que para que a educação possa contribuir para o desenvolvimento do Brasil, ela deve ser desenvolvida e tornar-se uma oportunidade para todos. Para que isso ocorra, analisou-se os agentes da sociedade que teriam essa responsabilidade. Os agentes ativos desse projeto,

definido por Amartya Sen seria “alguém que age e ocasiona mudança” (Sen, 2000, p.25), seria a família, empresa, organizações sociais, igrejas, enfim, toda a sociedade, mas que deve uma coordenação por parte das iniciativas públicas.

Num segundo momento, analisou-se a aplicabilidade do marketing social na promoção de políticas educacionais como ferramenta de mudança. Após a discussão e definição do conceito abordado (com referência a Kotler, 1998 e Vaz, 1995), exemplificou-se a teoria com exemplos de ações organizadas pelo Ministério da Cultura, considerando que a ferramenta do marketing social cumpriu com seu objetivo (analisado na definição conceito) nos programas descritos.

Como conclusão final, pode-se dizer que o marketing social é uma ferramenta de mudança e mobilização da sociedade e que é capaz de tornar as políticas públicas mais eficientes, com maior adesão da população. Ainda é possível concluir que há espaço para a utilização dessa ferramenta, já que a população brasileira pode apresentar uma predisposição às mudanças e possui propensão para aderir a mobilizações que o marketing social pode sugerir (como foi visto na análise do Competitiveness Year Book, 2001).

As entrevistas complementaram as análises teóricas. Pode-se dizer que o governo realiza algumas medidas importantes no âmbito do marketing social (como descritas por Sandra C. Inácio), mas que ela poderia ser melhor utilizada, já que representa uma visão de longo prazo e muitos governantes parecem não estar dispostos a assumir uma ação com essa característica (como afirmou o executivo Manoel Horácio da Silva). A contribuição do Consultor Econômico Luciano Coutinho concretizou-se na abordagem do conceito de marketing social através de uma ótica ambiental (que segundo o consultor, seria a ótica mais usada do conceito), relacionando educação e a ferramenta de marketing social com essa ótica do conceito. A educação seria fundamental para informar a sociedade em relação aos

danos que cada um pode fazer em relação a sustentabilidade do meio ambiente e como isso pode prejudicar gerações futuras. A ferramenta do marketing social seria o mecanismo mais eficiente de transmitir eficazmente essa informação, inverter valores e demandar uma postura diferente da sociedade. A opinião do Senador Eduardo Suplicy contribuiu para complementar as conclusões atingidas pelo consultor econômico Luciano Coutinho.

Umas das principais contribuições dessa pesquisa é na área da utilização do marketing social como ferramenta de mudança. Acredita-se que possam ser realizados programas de incentivo e mobilização da população não só direcionado para a educação, mas também para a eliminação das privações de liberdade mencionadas por Amartya Sen no seu conceito de desenvolvimento de um país. Retomando, as liberdades seriam: liberdades políticas (na forma de expressão e eleições livres), facilidades econômicas (na forma de oportunidades de participação no comércio e na produção), oportunidades sociais (na forma de serviços de educação e saúde), garantias de transparência (saber como o governo está gastando o dinheiro da população, por exemplo) e segurança protetora (segurança contra a violência, por exemplo). Pode-se dizer que as liberdades são relacionadas à convivência e comportamento de uma pessoa em relação à outra. A liberdade de alguém termina quando a liberdade do outro começa e se alguém possui uma liberdade muito maior, a do próximo poderá ser menor, causando desigualdade. Já foi visto que o marketing social trabalha com o comportamento humano, e por que não trabalhar com o comportamento em relação à liberdade de cada um frente o outro? Essa pode ser uma pergunta que surge depois de realizada essa pesquisa.

De uma maneira geral, as conclusões atingidas satisfizeram às perguntas iniciais e, remetendo ao tema desta pesquisa, conclui-se que a educação é fundamental para o desenvolvimento sustentado de um país (especificamente o caso brasileiro), no conceito aqui abordado (através da ótica das liberdades abordadas por

Amartya Sen) e no conceito abordado nas entrevistas (através da ótica ambiental) observa-se que o marketing social é uma ferramenta que pode possibilitar mudanças positivas para a sociedade brasileira e que ainda há muito espaço para a otimização da utilização dele, principalmente por parte das políticas públicas, contribuindo para sua eficiência e o suprimento de algumas das carências da sociedade brasileira identificadas nesta pesquisa.

Acredita-se que a principal contribuição deste trabalho seja no sentido de desvendar conceitos, por sua vasta referência bibliográfica e estabelecer relacionamentos entre os conceitos pesquisados. Acredita-se que há pouco referencial bibliográfico em relação ao conceito e utilização da ferramenta de marketing social e que ainda não há uma otimização dos resultados que ele pode trazer para a sociedade como mobilização e conscientização da mesma. Este trabalho pode servir como ponto de partida para pesquisadores que desejam estudar com mais profundidade a utilização da ferramenta do marketing social como instrumento de mudança e verificar como é possível contribuir para a sociedade e para o desenvolvimento sustentável do país através da sua utilização. Como sugestão desse trabalho, fica a idéia de que o marketing social é uma ferramenta que busca a ação de cada indivíduo, como agentes ativos do processo de desenvolvimento do país, como Manoel Horácio (executivo entrevistado pela autora) afirma:

“o marketing social é uma ferramenta que demanda uma ação de cada cidadão, sem essa ação individual, o país não pode desfrutar de um desenvolvimento sustentável (...)”

e complementa:

“A mudança de qualquer país começa em cada um de nós e não esperando uma ação dos outros”.

**ANEXO – TABELA : Gastos do Setor Público
segundo as funções- Brasil 1998**

Funções	Total geral	Despesas não-financeiras						
		Total	Despesas de custeio					
			Total	Pessoal			Encargos sociais	Outras
				Total	Pessoal ativo	Pessoal inativo		
Total geral	533 983 253	201 662 458	68 414 160	51 772 441	24 297 248	20 937 647	6 537 546	16 641 719
Serviços públicos gerais	363 436 054	35 715 001	5 995 732	4 011 131	3 701 369	-	309 762	1 984 601
Legislativo	1 345 608	1 345 608	1 299 807	1 089 374	991 926	-	97 448	210 433
Fiscalização financeira e orçamentária	251 416	251 415	209 338	190 665	176 933	-	13 732	18 673
Adm. Fiscal e financeira e planejamento	360 745 427	33 120 013	3 590 899	2 179 317	2 017 718	-	161 599	1 411 582
Relações exteriores	477 631	477 631	435 760	204 991	196 839	-	8 152	230 769
Pesquisa e desenvolvimento	615 972	520 334	459 928	346 784	317 953	-	28 831	113 144
Defesa nacional	8 670 508	8 670 503	7 914 276	5 848 386	5 756 649	-	91 737	2 065 890
Administração e suporte	-	-	-	-	-	-	-	-
Defesa nacional	8 670 508	8 670 503	7 914 276	5 848 386	5 756 649	-	91 737	2 065 890
Ordem e segurança pública	6 894 826	6 894 826	5 857 103	4 492 661	4 195 035	-	297 626	1 364 442
Administração e suporte	123 649	123 649	-	-	-	-	-	-
Policiamento militar	279 181	279 181	-	-	-	-	-	-
Defesa civil	309 837	309 837	-	-	-	-	-	-
Judiciário	6 182 159	6 182 159	5 857 103	4 492 661	4 195 035	-	297 626	1 364 442
Atividades econômicas	13 219 927	10 954 681	3 488 070	1 698 265	1 390 887	-	307 378	1 789 805
Administração e suporte	1 558 260	808 857	87 265	20 140	20 140	-	-	67 125
Agricultura, recursos naturais e pesca	4 429 924	3 254 874	1 213 828	764 600	627 523	-	137 077	449 228
Energia e recursos minerais	1 129 430	1 129 430	249 313	117 316	105 795	-	11 521	131 997
Transporte	4 028 201	3 713 393	507 081	135 081	122 255	-	12 826	372 000
Comunicações	199 259	199 259	124 656	26 440	23 581	-	2 859	98 216
Indústria,	1 874 853	1 848 868	1 305 927	634 688	491 593	-	143 095	671 239

comércio e serviços								
Proteção ao meio ambiente	842 321	842 321	513 496	386 196	361 107	-	25 089	127 300
Defesa ambiental	842 321	842 321	513 496	386 196	361 107	-	25 089	127 300
Habitação e urbanismo	1 165 590	1 113 507	363 103	65 062	46 364	-	18 698	298 041
Administração e suporte	-	-	-	-	-	-	-	-
Habitação	284 847	284 847	61 832	-	-	-	-	61 832
Desenvolvimento urbano	328 233	328 233	296 917	65 062	46 364	-	18 698	231 855
Saneamento	552 510	500 427	4 354	-	-	-	-	4 354
Saúde	16 094 119	16 089 991	4 737 195	2 637 589	2 410 739	-	226 850	2 099 606
Administração e suporte	1 529 911	1 529 911	1 426 047	1 417 781	1 304 469	-	113 312	8 266
Estudos e pesquisas	167 756	163 628	132 515	104 046	95 504	-	8 542	28 469
Serviço hospitalar e ambulatorial	12 444 164	12 444 164	1 735 529	363 516	307 571	-	55 945	1 372 013
Serviços de saúde pública	1 952 288	1 952 288	1 443 104	752 246	703 195	-	49 051	690 858
Educação	10 357 760	10 175 337	5 888 438	4 010 704	3 687 743	-	322 961	1 877 734
Administração e suporte	1 758 409	1 758 407	1 274 218	598 300	553 984	-	44 316	675 918
Estudos e pesquisas	11 356	11 356	11 356	165	165	-	-	11 191
Educação da criança de 0 a 6 anos	23 039	23 039	4 528	678	678	-	-	3 850
Ensino básico e supletivo	4 422 079	4 422 079	940 646	368 246	331 671	-	36 575	572 400
Ensino superior	4 094 786	3 912 365	3 631 874	3 025 714	2 787 170	-	238 544	606 160
Assistência a educandos	16 556	16 556	11 467	8 245	5 518	-	2 727	3 222
Educação especial	31 535	31 535	14 349	9 356	8 557	-	799	4 993
Cultura e desportos	543 142	542 422	336 027	152 056	124 630	-	27 426	183 971
Educação física e desportos	186 490	186 490	41 227	19 226	14 794	-	4 432	22 001
Serviço cultural	356 652	355 932	294 800	132 830	109 836	-	22 994	161 970
Proteção social	112 759 006	110 663 869	33 320 720	28 470 391	2 622 725	20 937 647	4 910 019	4 850 329
Administração e suporte	577 021	577 021	568 211	51 428	51 428	-	-	516 783
Trabalho	12 443 617	10 348 480	4 591 401	1 749 307	1 401 943	-	347 364	2 842 094
Assistência social	1 159 251	1 159 251	69 500	-	-	-	-	69 500
Previdência social	98 579 117	98 579 117	28 091 608	26 669 656	1 169 354	20 937 647	4 562 655	1 421 952

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Departamento de Contas Nacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Almanaque Abril, Brasil 2002, 28 edição. São Paulo: Abril, 2002
2. *Almanaque Abril, Mundo 2002*, 28 edição. São Paulo: Abril, 2002
3. *A Economia Brasileira e suas perspectivas*. E 39^a Rio de Janeiro: Apec, 2000, cap.2, conjuntura.
4. *A Universidade em uma sociedade em desenvolvimento*: São Paulo: Instituto Florestan Fernandes, 1981.
5. *Minidicionário da Língua Portuguesa*, Melhoramentos, P. 494. 1^o E, SP, 1992
6. *Perfil da economia Brasileira*, CBMM, Ministério das relações exteriores, 9^a edição, elaborado por técnicos da FIPE, 2000.
7. PNUD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, *Desenvolvimento Humano e Condições de Vida*: Indicadores brasileiros. Brasília, 1998.
8. *Relatório anual do Banco do Brasil*. Brasília: Editora do Banco do Brasil, 1999. p. 25-33 e 197
9. UNESCO , '99 *Estatistical Yearbook*, Estados Unidos: Bernan, 1999.
10. BARROS, Ricardo Paes de. *Investimentos em Educação e Desenvolvimento Econômico*, texto para discussão n.525, publicações seriadas,1997.
11. BEREDAY, George e VOLPICELLI. *Educação Pública nos Estados Unidos*, Ibrasa, 1963.
12. BID, *Desarrollo mas alla de la economia*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washigton, D.C, Informe 2000.
13. BOBBIO, Noberto, *Dicionário de Política*. 8^a Edição. Brasília: Universidade de Brasilia,1995.

14. *Brasil: Constituição da República Federativa do Brasil*. 24. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.
15. DARNELE, A .C. *A dictionary of Econometrics*, 1994.
16. DIAS, Antonio Gonçalves. *Instrução pública em diversas províncias do Norte*. In Pires de Almeida. *História da instrução pública no Brasil (1500-1889)*. São Paulo: PUC, 1989.
17. FINE, Seymour H. *The Marketing of Ideas and Social issues*. praeger, 1981.
18. GAZENEUVE, J. e VICTOROFF.D, 1982, p.247 a 249.
19. MARTINS, Ives Gandra da Silva. *A Era das Contradições*, desafios para o novo Milênio: Futura, 2000
20. GOMES, Francisco Magalhães. *História da siderurgia no Brasil*. Belo Horizonte, Itatiaia 1983.
21. IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, *Investimento em educação e crescimento econômico*, Novembro, 1997.
22. IPEA, *Sistema de Informações sobre gastos públicos da Área de Educação – SIGPE: Diagnóstico para 1995*, Brasília, 1999.
23. Barros, Ricardo Paes de; et al, *determinantes do desempenho educacional no Brasil*, , IPEA, Outubro de 2001, texto para discussão n834.
24. KOTLER, Philip, *Marketing Social, Estratégias para Alterar o Comportamento Público*; Trad. Roberto L. Eduardo. São Paulo: Campus,1998.
25. KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle*; 5 ed, Trad. Ailton Bonfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1998.

26. KIDDER, Daniel. *Reminiscências de viagens e permanências nas províncias do Sul do Brasil*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1980. Primeira edição americana, 1845.
27. LEIBENSTEIN, H. *O atraso e desenvolvimento econômico*: Rio de Janeiro. Fundação Getulio Vargas, , 1967.
28. MAGNELLI, Marina, tese sobre *Desenvolvimento e educação: o papel das empresas e do governo*. Tese apresentada ao curso de pós-graduação em Administração de Empresas da Fundação Getulio Vargas, 2000.
29. MARTIN, C. *Educação, Economia e Estado, Base e superestrutura: Relações e Mediações*. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1884.
30. MENDONÇA, P. M E.; SCHOMMER, P. C. *O Marketing e suas Relações com o Social: Dimensões Conceituais e Estratégicas*, CD-ROM, Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENENPAD), 24. 2000, Florianópolis, ANAPAD, 2000.
31. NICOL, Robert. Revista de Economia Política. *O Conceito de pré-requisitos para a industrialização*. vol. 17, n 4 (68), outubro-novembro/1997
32. ODEBRECHT, *Educação profissional de adolescentes*: Fundação, cadastros das iniciativas não formais, 1997. p. 11- 25.
33. PAIGE, Joseph, *The Brazilians*. Estados Unidos: Perseus Book, 1995.
34. PEREIRA,B;WILHEIN,J;SOLA,L. *Sociedade e Estado em Transformação*, São Paulo: UNESP: ENEAP, 1999.
35. PIRES DE ALMEIDA, José Ricardo (1889) *História da instrução pública no Brasil* (1500-1889). São Paulo. PUC, 1989. Primeira edição em Francês, 1889.
36. POSTMAN, Neil. *The end of education*. New York: Vintage books, 1995

37. RATTNER, H. *Brasil no limiar do século XXI*: São Paulo, edusp., 2000.
38. SUZIGAN, W. *Industrialização brasileira. Origem e desenvolvimento*: Brasiliense, cap.1, São Paulo, 1996.
39. SANDRONI, Paulo. *Novíssimo Dicionário de Economia*: São Paulo, Best Seller, 1999.
40. SIMONSEN, M.H. *Brasil, 2002*. 9 ed. Rio de Janeiro: Apec, 1979.
41. SOLA, L., PAULANI, L.M. *Lições da década de 80*: São Paulo, edusp, 1998.
42. SOLOW, Robert M., *A Contribution to the Theory of Economic Growth*. 1956.
43. VAZ, G. *Marketing Institucional: O Mercado de Idéias e Imagens*. São Paulo: Pioneira, 1995.
44. WELER, W. *Brasil, País do passado?* São Paulo: Edusp. Editempo, 2000.

SITES

1. Banco central do Brasil - www.bcb.gov.br, último acesso em maio de 2002
2. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - www.capes.gov.br acessado em junho de 2002
3. Energia Brasil - <http://www.energiabrasil.gov.br/> - acesso em maio/2002
4. Fórum de Marketing Social no Brasil - www.socialtec.com.br, último acesso em julho de 2002
5. Igreja Presbiteriana do Brasil (www.ipb.org.br) – acesso em novembro de 2001
6. Igreja Metodista (www.metodista.org.br)- acesso em novembro de 2001
7. Igrejas católicas no Brasil (www.cnbb.org.br) - acesso em novembro de 2001

8. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - www.ibge.gov.br, último acesso em julho de 2002
9. Instituto Ethos - www.ethos.org.br, acessado em novembro de 2001
10. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP) – www.inep.gov.br. notícias; O estado de São Paulo, dia 26/11, geral; Folha de São Paulo, 17/11, cotidiano
11. Ministério da Educação - www.mec.org.br, último acesso em julho de 2002
12. Organização das Nações Unidas para a educação, a Ciência e a Cultura- www.unesco.org.br último acesso em julho de 2002
13. Procuradoria da República do Estado do Paraná- <http://www.prpr.mpf.gov.br/pedofilia/denuncia.htm>, acesso em maio de 2002
14. Projeto Click Fome - <http://www.clickfome.com.br/>, acesso em maio de 2002
15. Projeto Seja um Voluntário - <http://www.voluntarios.com.br/>, acesso em maio de 2002
16. Projeto Viva Rio - <http://www.vivario.org.br/>, acesso em maio e 2002
17. Relatório de Desenvolvimento Humano das Nações Unidas (<http://www.undp.org.br/HDR/Hdr99/map.pdf>), acesso em julho de 2002

ARTIGOS

1. GOIS, A. A copa da educação. Disponível em http://www.uol.com.br/aprendiz/n_colunas/a_gois/id250602.htm. acessado em junho/2002.
2. COUTINHO, L. Desenvolvimento, o sonho não acabou..... *A Folha de São Paulo*. 10\09\99
3. COSTA, T.M.Z.A Marketing social assegura Conquista de Novos Clientes. *Gazeta Mercantil*, p.5, 31 out. 2000.
4. DIAS, A, A Copa da educação, artigo do *site aprendiz.com.br*, 25.06.02

5. Editorial. Alfabetizar não basta. *O Estado de São Paulo* 22\04\2000
6. Editorial. A responsabilidade social que dá retorno social. *Gazeta Mercantil*. 10/11/98
7. Editorial. O Brasil no novo cenário Econômico. *O Estado de São Paulo*. 2\2\2000
8. OLIVEIRA, D. FHC volta a defender o crescimento Social. *O Estado de São Paulo*. 13\7\2000
9. Opinião. Com a responsabilidade social, o lucro é de todos. *Valor Econômico*. 14/06/2000)
10. *Revista Brasileira de Política e Administração da Educação*, v.16, jan/jun 2000, anpae, porto alegre.
11. SOUZA, P.R. Conquistas e desafios da educação. *Jornal Folha de São Paulo*. 15.04.2001
12. Souza, P.R. Entrevista publicada no jornal *Folha de São Paulo*. 01.03.99
13. *Valor Econômico On line*. Campanhas de Marketing ligadas a iniciativas sociais causam polemicas. Disponível em www.marketingdecausasocial.com.br