

**Documentos referentes à
concepção da Campanha e ao seu
planejamento estratégico**

Campanha Nacional pelo Direito à Educação

A Campanha Nacional pelo Direito à Educação, lançada em 5 de outubro de 1999, surge em um contexto internacional e nacional oportuno e relevante. No plano internacional, este final de década suscitou um grande esforço de avaliação para aferir de que forma a Declaração Mundial de Educação para Todos, resultante da Conferência de Jomtien em 1990, foi implementada nos 155 países signatários e para se ingressar no século 21 com objetivos e ânimos renovados. No Brasil, a Campanha surgiu no momento apropriado, visando resgatar a concepção de educação enquanto direito social. Ao longo dos anos, a educação no País vem sendo tratada como mercadoria e serviço ou caridade e assistência. Em ambos os casos, como aponta Marilena Chaui, a educação deixa de ser compreendida como direito e, o que é mais grave, o tratamento da educação como mercadoria / caridade passa a ser vista com normalidade pela sociedade.

Assim, o ponto de partida da Campanha é recuperar a noção de educação enquanto direito social e disseminar amplamente, através de todos os meios, os direitos educacionais presentes na Constituição Brasileira e em acordos internacionais.

Nesse esforço para se aprofundar a democracia no Brasil, temos que refletir sobre o modelo de educação que defendemos, já que a definição do modelo educativo está relacionado ao tipo de sociedade a que se aspira. Predomina hoje uma visão instrumental de educação, voltada para a formação de recursos humanos com vistas a benefícios futuros. A visão que a Campanha acolhe, por outro lado, é a da educação voltada para o desenvolvimento pleno do ser humano enquanto indivíduo e membro de uma sociedade, que visa a realizar seu potencial e que se volta tanto para o presente quanto para o futuro. Daí a mensagem síntese da Campanha: "Educação: um Direito para a Vida".

A Campanha acredita que para fazermos valer nossos direitos com base no marco educacional que defendemos é preciso abordar quatro questões básicas: aprendizagem, financiamento da educação, valorização dos professores e gestão democrática do sistema educacional.

Aprendizagem: O foco central do esforço educativo deve ser a aprendizagem. Nem toda educação ou ensino resulta em aprendizagem; esta, por sua vez, pode se dar não apenas na escola mas também em casa, no trabalho, no museu, na biblioteca, na rua, junto à natureza ou através dos meios de comunicação. O foco na aprendizagem salienta a importância da *qualidade* da educação e atenção à diversidade, uma vez que as necessidades básicas de aprendizagem variam de acordo com o contexto e as características de cada um. O enfoque na aprendizagem nos leva ainda a aproximar educação e cultura, já que reconhece no universo extra escolar diversas fontes de aprendizagem que podem, e devem, se articular com a escola.

Valorização dos professores: Pesquisa realizada pelo IBOPE, a pedido da Campanha em outubro de 1999, apontou que o principal problema na educação do Brasil, na opinião da população, é o baixo salário dos professores. A desvalorização dos professores não está restrita aos baixos salários e às escassas oportunidades de formação inicial e continuada, mas inclui um processo de perda de reconhecimento social. Os professores tem sido vistos freqüentemente como meros operadores do ensino, com um papel apenas auxiliar no processo, perdendo espaço para a televisão e o livro didático os quais são identificados como os fatores determinantes da qualidade. A Campanha, no entanto, entende que sem reconhecimento efetivo do papel central e imprescindível dos professores no processo de aprendizagem, não podemos vislumbrar uma melhora na escola e no sistema educacional.

Financiamento: A questão do financiamento da educação se desdobra em muitas facetas. Em primeiro lugar, nos remete à questão da quantidade de recursos alocados e executados na área educacional. Pelo que observamos, os recursos são insuficientes. No entanto, ao considerarmos o financiamento para a educação, é fundamental analisarmos como o orçamento é apresentado, se é transparente e compreensível, se é processado de tal forma que possibilite uma prestação de contas. Finalmente, devemos também observar como as decisões relativas ao orçamento são tomadas, quem influencia o rumo das decisões e quais atores sociais participam do processo.

Gestão Democrática: A Campanha entende que uma escola revigorada, interessante, estimulante e relevante implica a transferência de mais força e poder a atores locais, que fazem e vivem a educação. É preciso ampliar os espaços de participação e decisão, além de capacitar as pessoas para que ocupem de forma qualificada os espaços já existentes. Além disso, é necessária uma aproximação maior entre os diversos atores envolvidos no processo educacional: educadores, pais, alunos, comunidade em geral

O Comitê Diretivo da Campanha Nacional pelo Direito à Educação é composto por 7 instituições, dentre elas a Ação Educativa (a entidade coordenadora da Campanha), a Confederação Nacional de Trabalhadores em Educação- CNTE, o Observatório da Cidadania, o IBASE, o Centro de Criação de Imagem Popular- CECIP e a Actionaid. Além destas instituições, conta com a contribuição e articulação de muitos atores, entre os quais grupos juvenis, ONGs, sindicatos, movimentos, fundações, governantes, parlamentares, secretários de educação, setores da mídia, alunos, pais, professores e indivíduos simpatizantes. Continuaremos articulando novos parceiros e novas iniciativas em todo país, visando a democratização da aprendizagem e uma sociedade mais equitativa e justa.

Detalhamento dos Objetivos e Metas da Campanha

Fim: Democratizar o aprendizado, promovendo equidade educacional e uma sociedade mais justa.

Objetivo geral: contribuir para que os direitos educacionais presentes na Constituição e pautados em acordos internacionais se concretizem.

Objetivos específicos:

1. Sensibilizar a opinião pública da importância de uma educação pública, gratuita, democrática, universal e de qualidade para todos.

Meta 1: Realizar um trabalho contínuo junto à mídia para que se discuta a importância da educação a partir do modelo que a campanha defende, não restrita às demandas e lógica de mercado, incluindo aspectos de desenvolvimento humano e social.

Meta 2: Realizar um trabalho contínuo junto à mídia, resgatando o valor e o significado do 'público'.

Meta 3: Realizar um trabalho contínuo junto à mídia, explicitando a crise na esfera dos direitos educacionais e o impacto perverso em grupos já marginalizados.

Alvo: grande público, lideranças, personalidades públicas

2. Fortalecer a sociedade civil em geral e os atores educacionais em particular.

Meta 1: Informar atores educacionais e excluídos, a começar pelos direitos educacionais da Constituição e LDB, direitos pautados em acordos internacionais, processos de lei em andamento e diferentes pautas educacionais abraçadas pela campanha.

Atividade 1: Produção de 'releases' para mídia

Atividade 2: Sistematização e divulgação de direitos e dados educacionais

Atividade 3: Produção de cadernos de Observatórios da Educação e de relatórios de pesquisa

Atividade 4: Sistematização e divulgação de experiências interessantes vividas ou levadas a cabo por atores educacionais

Meta 2: Qualificar atores educacionais e excluídos, gerando debates em conselhos, escolas, sindicatos, grêmios, grupos juvenis, movimentos e ONGs relacionadas ao tema.

Meta 3: Expandir o controle social, oferecendo oportunidades de advocacia, estimulando a participação em conselhos e audiências públicas e na definição de projetos de organismos internacionais.

Meta 4: Apoiar iniciativas destes atores que sejam coerentes com os princípios da Campanha.

Alvos: Atores educacionais dentro e fora da escola e atores excluídos do direito universal à educação; conselhos; delegacias de ensino

3. Motivar e subsidiar formuladores e gestores de políticas públicas

Meta 1: Compartilhar informações e pesquisas

Meta 2: Gerar debates que abordem as bandeiras da campanha

Meta 3: Dar visibilidade aos excluídos do sistema educacional

Meta 4: Aproximar a população dos parlamentares através de audiências públicas

Alvos: Personalidades, Comissões de educação de parlamentares, secretários educacionais (através da UNDIME e CONSED); MEC e Ministérios da Fazenda (encontrar instância específica) e Justiça (secretaria de direitos humanos)

Os objetivos operacionais que seguem estão condicionados aos três objetivos específicos apresentados acima, uma vez que não podem prescindir de uma opinião pública e de políticos sensibilizados e de atores da sociedade civil fortalecidos. São munição para os objetivos acima.

Objetivos Operacionais

1. Realizar um inventário da década de 1990 visando a elaboração de um Relatório Anual

Meta 1: Envolver atores da sociedade civil no processo oficial de avaliação da década, que culmina na Cúpula Mundial de Educação

Atividade 1: Garantir espaço de participação de representantes da sociedade civil em encontros oficiais e paralelos

Meta 2: Produzir avaliações de atores sociais

Atividade 1: Realizar pesquisa IBOPE relacionada com principais problemas e políticas a serem adotadas

Atividade 2: Produzir abaixo assinado

Atividade 3: Produzir parecer de organizações sociais para Dakar

Atividade 4: Produzir número zero do Observatório da Educação com esta temática

Atividade 5: Realizar discussões e/ ou entrevistas com atores sociais educacionais que tenham visão de avanços e retrocessos da década de 90.

Meta 3: Produzir e disseminar na mídia e junto a atores educacionais informações sobre a década de educação para todos e reuniões intermediárias, particularmente os compromissos assumidos

Atividade 1: Republicar a Declaração Mundial de Educação para Todos

Atividade 2: Publicar e disseminar a Declaração de Recife (encontro E9);

Declaração das Américas (encontro Regional); Declaração de organizações sociais da América Latina; Declaração de Dakar

Meta 4: Estimular controle social das metas acordadas em Jomtien e Dakar

Atividade 1: Desencadear processo de elaboração de indicadores de avaliação com base nas metas acordadas

2. Realizar o inventário do conceito de qualidade na Constituição, LDB e PNE

Meta 1: Associar conceitualmente a noção de qualidade com a de satisfação das necessidades de aprendizagem

Atividade 1: Disseminar o que está pautado sobre qualidade na Constituição, LDB e PNE

Atividade 2: Disseminar o conceito de necessidades de aprendizagem apresentado em Jomtien

Meta 2: Realizar consulta sobre quais são as necessidades de aprendizagem dos diferentes atores envolvidos no processo educativo e dos excluídos

Atividade 1: Realizar consulta em 7 escolas de 5 estados

Atividade 2: Divulgar amplamente os resultados através de publicações, seminários e exposições interativas

Meta 3: Destacar a relação entre educação escolar e continuada, demonstrando que a satisfação das necessidades de aprendizagem se realizam em todos os contextos.

Atividade 1: Produzir um caderno Observatório da Educação sobre políticas e práticas de leitura, apontando a partir disso a relação entre o escolar e extra escolar, entre educação e cultura.

Valorização dos professores

Meta 1: Dar visibilidade aos direitos referentes aos trabalhadores em educação, presentes na Constituição, LDB e legislações estaduais e municipais

Meta 2: Lutar para que trabalhadores em educação possam participar de discussões e tomadas de decisão referentes à escola e políticas educacionais

Meta 3: Buscar o reconhecimento dos professores como agentes fundamentais e insubstituíveis da aprendizagem

Atividade 1: Realizar pesquisa junto a pais, alunos e governantes sobre a imagem que têm dos professores

Atividade 2: Realizar pesquisa junto a professores sobre o que os faz sentir valorizados/ desvalorizados, por quem se sentem valorizados/ desvalorizados e o que os motiva/ desmotiva a continuar

Atividade 3: Promover debates com professores, nos quais possam expor a problemática de sua prática

Meta 4: Produzir e apresentar para a sociedade em geral, e para pais, alunos e governantes em particular, um estudo que revele o perfil dos trabalhadores em educação: Como se distribuem em funções (professores, funcionários, diretores), gênero, distribuição geográfica e etnia.

Meta 5: Produzir um Observatório da Educação sobre os temas supra citados

Equidade e acesso à educação

Meta 1: Sistematizar informações sobre financiamento da educação, buscando o recorte de equidade (rural/urbano, regional, programas com foco em famílias de baixa renda)

Atividade 1: Acompanhar planejamento e execução orçamentária

Atividade 2: Publicar caderno Observatório da Educação sobre o tema

Meta 2: Identificar fatores que restringem disponibilidade de recursos para a educação e, posteriormente, disseminar informações e gerar discussões

Atividade 1: Realizar avaliação do FUNDEF

Atividade 2: Realizar avaliação do impacto do FMI

Meta 3: Dar visibilidade à questão do custo/ aluno/ qualidade, base de cálculo para chegarmos a um valor mais realista do investimento necessário na área educacional

Meta 4: Sistematizar e disseminar experiências de orçamento participativo

Meta 5: Capacitar conselheiros, sindicatos, parlamentares no âmbito da análise orçamentária

Outras Metas relacionadas especificamente à gestão democrática do sistema educacional.

Este planejamento propõe que os três objetivos específicos (sensibilização da opinião pública, fortalecimento da sociedade civil e atores educacionais e sensibilização de formuladores de opinião) percorram todos os anos da Campanha. Os objetivos operacionais, que correspondem às bandeiras da Campanha (foco na aprendizagem, financiamento, gestão democrática e valorização dos professores) serão foco da Campanha em anos consecutivos começando, por exemplo, com o foco na aprendizagem (ano 2001), valorização dos professores (2002) e gestão democrática e financiamento (2003). O detalhamento de metas e atividades de cada objetivo operacional se dá ano a ano, sendo um ponto de partida o apresentado acima. Além disso, algumas ações de bandeiras diferentes podem ocorrer simultaneamente em um mesmo ano. A questão da equidade deve estar contemplada ao longo de todos os anos.

Campanha Nacional pelo Direito à Educação Estratégia de Avaliação

Primeira Dimensão: Resultados

Objetivos Específicos	Indicadores de Avaliação
Sensibilizar a opinião pública da importância de uma educação pública, gratuita, universal e de qualidade para todos.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Incidência na mídia (aspecto quantitativo); Natureza dos artigos/ matérias (aspecto qualitativo).
Fortalecer a sociedade civil em geral e os atores educacionais em particular.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Criação de comitês estaduais ◆ Criação de estruturas capazes de oferecer oportunidades de engajamento através de geração de informações e de advocacia ◆ Número e qualidade de debates e audiências públicas ◆ Número e qualidade de aparições na mídia ◆ Publicação de novas informações ◆ Disseminação de informações e direitos ◆ Número de oportunidades de engajamento da campanha com lutas de atores educacionais
Motivar e subsidiar formuladores e gestores de políticas públicas	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Número e qualidade de oportunidades de troca de informações ◆ Número de debates e audiências públicas envolvendo atores supra citados

Objetivos Operacionais	Indicadores de Avaliação
Realizar uma avaliação da década de 1990, mapeando os avanços e retrocessos no âmbito educacional	
Focalizar a concretização dos direitos educacionais e do processo educativo na qualidade educacional e na satisfação das necessidades de aprendizagem de todos.	
Valorizar trabalhadores em educação	
Dar visibilidade à necessidade de mais recursos e de uma gestão participativa e democrática do sistema escolar, para que os direitos educacionais possam efetivamente ser implementados	

Segunda Dimensão: Estratégia

Estratégia	Indicadores de Avaliação
1. Incidência na Mídia	<ul style="list-style-type: none">• <i>Número e natureza</i> de matérias divulgadas nas seguintes mídias:<ul style="list-style-type: none">• <u>Mídia televisiva</u>: TV comercial; TV comunitária;• <u>Mídia radiofônica</u>: radio comercial FM, radio comercial AM, radio comunitária• <u>Mídia escrita</u>: jornais/ revistas comerciais, jornais sindicais, jornais de bairro, jornais/ revistas segmentados, jornais de instituições• Funcionamento da Homepage:<ul style="list-style-type: none">• Grau de atualização• Número de visitas recebidas
2. Articulação Institucional	<ul style="list-style-type: none">•
3. Mobilização Pública	<ul style="list-style-type: none">•
4. Pesquisa participante	<ul style="list-style-type: none">•
5. Advocacia	<ul style="list-style-type: none">• Número de audiências públicas• Presença nas audiências públicas/ Impacto das audiências públicas• Impacto de outras modalidades de advocacia no decorrer da Campanha

Terceira Dimensão: Sustentabilidade

- Relação entre parceiros estratégicos da Campanha
- Grau de institucionalização da Campanha nas instituições dos diferentes parceiros
- Grau de enraizamento da Campanha:
 - Número de comitês estaduais formados nos diferentes estados brasileiros
 - Capacidade de mobilização individual da Campanha
- Capacidade da Campanha comunicar seu conteúdo
- Grau de reconhecimento público da Campanha por atores educacionais e público em geral.
- Capacidade de captação de recursos da Campanha e de diversificação de fontes financeiras
- Eficácia do sistema de avaliação da Campanha, que permita aprendizagem contínua

Esta estratégia de avaliação é apenas um ponto de partida para nossa reflexão, tendo ainda que ser desenvolvida em detalhes.

Campanha Nacional pelo Direito à Educação

Beneficiários

No Brasil temos:

1.5 milhões de professores na educação básica (educação infantil, ensino fundamental e médio)

1 milhão de funcionários da educação básica

45 milhões de alunos na educação básica

11 milhões de crianças de **0-3 anos** fora das creches

5 milhões de crianças de **4-6 anos** fora da pré escola

1.7 milhões de crianças de **7-14 anos** fora do ensino fundamental

800 mil jovens de **15-17 anos** fora do ensino médio

15 milhões de jovens e adultos sem acesso à escola

No limite, a Campanha Nacional pelo Direito à Educação gostaria de beneficiar este universo de pessoas dentro e fora da escola. A seguir, tentaremos fazer uma ponderação a respeito dos beneficiários diretos e indiretos da Campanha.

Beneficiários Diretos:

Instituições coordenadoras:	100 pessoas
Instituições que compõe os Comitês Estaduais:	1000 pessoas
Instituições com relações próximas à coordenação nacional e aos comitês estaduais	300 pessoas
Professores pais, alunos diretamente envolvidos nas atividades da campanha	30% do total: 2.2 milhões
Crianças, jovens e adultos fora da escola diretamente envolvidos nas atividades da campanha:	30% do total: 10 milhões
Indivíduos e instituições que recebem informações/ produtos sobre Campanha:	10.000
Rede de acadêmicos, organismos de cooperação, que recebem produtos da campanha:	2.000
Secretários estaduais e municipais de educação que recebem produtos da campanha:	600
TOTAL	12.214.000,00

Beneficiários Indiretos:

Professores pais, alunos indiretamente envolvidos pela campanha	30% do total: 2.2 milhões
Crianças, jovens e adultos fora da escola indiretamente envolvidos pela Campanha	30% do total: 10 milhões
População com acesso a mídia (rádios comunitárias, rádios comerciais, jornais, revistas, televisão)	30 milhões
TOTAL	42.200.000,00

TOTAL GERAL	54.414.000,00
--------------------	----------------------

Mobilização da Campanha

As principais modalidades de participação individual na campanha poderão ser as seguintes:

- a) **Termo de adesão da campanha**, o qual enuncia os princípios da campanha e convoca o indivíduo a assumir uma postura ativa no seu dia a dia com relação à educação, participando e tomando iniciativas. Os participantes recebem um 'kit' da campanha e passam a integrar a lista de divulgação de informações.
- b) **Grupos de ação**: Os integrantes da campanha escolhem fazer parte de um dos seguintes grupos:
 1. **Correspondentes da Campanha**: se comprometem a enviar informações interessantes, positivas ou de denúncia. Estimula uma postura de envolvimento na problemática educacional ao mesmo tempo que gera informações que são em seguida sistematizadas e divulgadas pela Campanha.
 2. **Grupo de Advocacia**: Se comprometem a escrever cartas, emails, abaixo assinados a tomadores de decisões em momentos estratégicos, ou de participarem de outras formas de advocacia que venham a ser desenhadas.
- c) **Prêmios**: A campanha pode promover prêmios anuais, que estimulem uma reflexão sobre o modelo de educação defendido pela campanha assim como estimulem uma postura de controle cidadão das políticas e práticas educacionais. Algumas idéias de prêmios que já foram cogitados são os seguintes:
 - ♦ **Criação do personagem da Campanha**: para tanto será necessário uma discussão profunda dos princípios, objetivos e espírito da campanha pelos participantes do prêmio. O personagem será daqui em diante um "porta voz" da campanha. Pode ser dirigido a jovens do segundo grau e universitários.
 - ♦ **Concurso de fotografias sobre educação**, estimulando que as pessoas busquem retratar a visão ampla de educação que a Campanha defende, buscando quebrar estereótipos. Público alvo a ser definido.
 - ♦ **Concurso de rádios nas escolas**, estimulando a investigação, a pergunta, a análise e a difusão de informação nas escolas.
 - ♦ **Concurso de jornais escolares**, estimulando os mesmos elementos descritos acima, e podendo ajudar a fazer a ponte entre a escola e a casa dos alunos.

Os prêmios podem também ser uma forma de engajamento de instituições, uma vez que será necessário a criação de comitês que concebam detalhadamente os prêmios e os organize, e a criação de júris.

A entrega do prêmio e lançamento do próximo pode coincidir com o aniversário da campanha. O Prêmio e o lançamento do caderno **Observatório da Educação** poderão ser as duas atividades fixas da campanha, que se repetem anualmente, uma no primeiro semestre e a outra no segundo semestre.

Necessidades para garantir funcionamento dos eixos estruturais da campanha, contemplados nos três primeiros objetivos intermediários

Tarefas de apoio	Recurso humano necessário
Inserção na mídia (grande mídia, mídia alternativa, mídia segmentada e mídia de instituições parceiras)	Assessoria de imprensa: Lilian Mendes/Oboré
Análise de políticas em pauta, particularmente referentes às bandeiras da Campanha	Assessores de política educacional: <ul style="list-style-type: none">◆ Edla Soares◆ Monlevade
Coordenação do processo de Advocacia	Lobista- Adriano da Actionaid
Coleta de informação de políticas e medidas sendo discutidas no âmbito do governo federal	Assessor de comunicação: ?? (a ser contratado pela AE)
Mobilização: estimular indivíduos a abraçarem causas da campanha e envolver interessados na coleta de informações e no processo de lobby	Assessor de comunicação: ?? (a ser contratado pela AE)
Disseminação continuada de informações, através de atualização de homepage e criação de grupos via internet (fax e correio para quem não tem internet), além de outros meios escritos	Assessor de comunicação: ?? (a ser contratado pela AE)

Campanha Nacional pelo Direito à Educação

Relatório do III Encontro do Comitê Diretivo

Rio de Janeiro, 27 e 28 de março de 2000

Durante a III reunião do Comitê Diretivo, foi feito um detalhamento do planejamento da Campanha, revendo objetivos e definindo metas, atividades, alvos, estratégias e indicadores de avaliação. Em um segundo momento, foram discutidas estratégias de mobilização da Campanha e em seguida as atividades recentemente realizadas e a realizar.

Decisões e Recomendações:

Sobre o planejamento:

- ◆ Formalmente, a proposta da Campanha prevê que no ano 2000 continuaremos com o enfoque avaliativo, seguindo com esta linha após Dakar. No segundo semestre de 2000, será realizada a consulta nas escolas, a qual possui uma interface com o foco de 2001- a qualidade educacional e a satisfação das necessidades de aprendizagem. Em 2002, o foco está previsto para ser a valorização dos trabalhadores em educação e em 2003, o foco será gestão democrática e financiamento. No entanto, estes focos devem ser revistos ano a ano e adaptados à luz do contexto e clima político do momento.

Sobre o processo de mobilização:

- ◆ Foi decidido implantar uma “lista de discussão”, a partir da “homepage” da Campanha.
- ◆ Os indivíduos interessados em apoiar a Campanha poderão participar de dois grupos: (1) os correspondentes da campanha e (2) o grupo de advocacia. Os interessados poderão se filiar a um dos grupos através da “homepage” da Campanha.
- ◆ Haverá uma seção de “iniciativas” na homepage, onde incluiremos iniciativas interessantes de parceiros, como o Canteiro da Educação (do PACS) e o projeto de orçamentos/financiamento da educação (do IBASE).
- ◆ A Campanha implementará prêmios anuais voltados para a questão do controle cidadão e do modelo educacional desejado. Para tanto, pensaremos um prêmio voltado para as escolas, o qual deve ser composto de diversas categorias, como rádios; jornais; redação; artes plásticas, música etc. Ação Educativa e CCLF encaminharão esta idéia. Outro prêmio será dirigido a jovens fora da escola. O Fórum de Juventude de São Paulo consultará o Fórum Nacional para detalhar a proposta. O tema proposto para o prêmio é “Educação é um Direito de Todos”.

Sobre o público alvo:

- ◆ Foi acordado que um público alvo de imensa importância é o judiciário, o Ministério Público, ou seja, atores relacionados à defesa dos direitos. Para conseguirmos nos aproximar destes atores, devemos (todos) iniciar um diálogo com juizes, faculdades de direito, conselhos tutelares, a OAB entre outros. Isto nos prepararia para um seminário a ser realizado por volta de Julho, onde detalharemos nossa estratégia junto a este público alvo, na

efetiva defesa do direito à educação, e onde planejaremos um Tribunal Popular para Outubro, no aniversário da Campanha.

- ◆ Discutimos também a possibilidade de termos um “disque educação”. Para tanto, Actionaid, CECIP IBASE entrarão em contato com o IDEC para saber da experiência deles.

Sobre o enraizamento da Campanha:

- ◆ Foi decidido fazermos um esforço para consolidarmos pólos estaduais da Campanha, começando pelo Rio de Janeiro, São Paulo e DF. Outros Estados onde já foram feitos contatos, ou que já nos contataram com interesse de participar da Campanha, são: Acre, Pará, Fortaleza, Bahia, Paraná, Rio Grande do Sul.
- ◆ Ao consolidar a Campanha nos diferentes estados, devemos buscar fortalecer estruturas e articulações já existente, partindo de experiências já acumuladas.

Sobre a Consulta nas escolas:

- ◆ Foi decidido que a consulta continuará envolvendo pais, professores e alunos em 7 escolas de 5 estados do Brasil, além de crianças, jovens e adultos fora da escola nos mesmos 5 estados. As 7 escolas terão a seguinte distribuição: 3 na capital, 2 no interior e 2 envolvendo populações rurais, ou indígenas, dependendo do estado. No entanto, a consulta será quantitativa, contando com questionários autoaplicáveis, ao invés de qualitativa, envolvendo grupos focais. A consulta estará também disponível na internet. Foi lançada a idéia de realizar também uma consulta via internet sobre a opinião/ visão dos alunos da escola privada em relação à escola pública. A Campanha, através da Ação Educativa, contratará um coordenador geral para a implementação da consulta, a qual deverá ocorrer no segundo semestre de 2000.

Sobre materiais adicionais da Campanha:

- ◆ Foi apontada a necessidade de se confeccionar um folheto informativo da campanha, que apresente suas bandeiras e objetivos além de eventualmente alguns dados educacionais, fotos, etc. O CECIP apresentará uma proposta.

Outras questões discutidas:

- ◆ Com base na experiência da teleconferência sobre a década de Jomtien, que lançará a Semana de Ação Global no Brasil, podemos pensar na realização de uma série de teleconferências transmitidas para todo o Brasil. Alguns sub- produtos poderão ser a edição de um vídeo e de um caderno.
- ◆ Foi levantada a possibilidade da Campanha realizar pesquisas IBOPE periodicamente, à semelhança da pesquisa realizada para o lançamento da Campanha em Outubro de 1999.
- ◆ Foi discutida a produção de um encarte sobre a década de educação para todos. Inicialmente pensado apenas como encarte do Diário de Pernambuco, foi sugerido que o encarte circulasse também no jornal da CNTE. O CCLF e a Ação Educativa irão elaborar uma proposta inicial para o conteúdo do encarte.

Balanço da Campanha Nacional pelo Direito à Educação no ano de 1999

A) Avanço na concretização de objetivos e estratégias

Objetivo final: contribuir para que os direitos educacionais constitucionalmente estabelecidos e pautados em acordos internacionais se concretizem.

O ano de 1999 foi um ano de consolidação do ideário da Campanha, da sua identidade e estrutura e de algumas parcerias importantes, tal como com jovens, professores e seus sindicatos, movimentos nacionais, ONGs e fundações. O seu foco central- a luta pelo direito à educação- e suas quatro balizas- aprendizagem, valorização dos professores, financiamento e gestão democrática, tiveram uma aceitação imediata pelos diversos atores sociais que lutam pela educação brasileira, dando relevância à nossa iniciativa. Ao longo do ano concretizamos muitas atividades e produtos, sendo isto importante para engajar os parceiros e criar uma inércia de Campanha. Divulgamos direitos nacionais e internacionais do campo educacional, produzimos informação e análise crítica a respeito do impacto do acordo com o FMI na educação brasileira e participamos de congressos nacionais de educação junto a outros atores sociais. Além disso, tivemos uma experiência muito positiva com a mídia escrita, televisiva e radiofônica, sendo que a Campanha vem sendo procurada cada vez mais como fonte de informação e opinião. Avaliamos que estas experiências de disseminação de direitos, de observação e análise crítica das práticas e políticas educacionais, de produção de informação qualificada e de debate junto à sociedade civil através de eventos e mídia tem nos aproximado do objetivo final proposto pela Campanha.

Estratégias:

● ***Articulação de atores internacionais***

A Campanha logrou uma articulação intensa com atores internacionais, principalmente com as agência que financiam a Campanha- NOVIB, Oxfam UK e Actionaid- e com a Campanha Global pela Educação. Iniciou também articulações com outras ONGs da América Latina, além de com a UNESCO e UNICEF regionais.

● ***Articulação de atores nacionais***

A Campanha avançou muito no âmbito das articulações nacionais. Por iniciativa da Ação Educativa, foi estabelecido um comitê diretivo amplo que inclui outras ONGs, fóruns de juventude e sindicatos de professores. Além destes, a Campanha estabeleceu articulações com

muitas outras ONGs do Brasil, com movimentos sociais, fundações nacionais, com a mídia, alguns agentes governamentais, entre outros.

Esta estratégia foi desenvolvida principalmente por ocasião de eventos e encontros e através da disseminação dos materiais produzidos. No entanto, é uma estratégia que necessita de maior esforço no próximo ano. Esperamos que através da Consulta, de concursos anuais, de listas de discussão e da *home page*, a mobilização pública em torno da Campanha possa crescer e consolidar.

Através de um trabalho de assessoria bem desenvolvido, a Campanha vem ganhando espaço e visibilidade na mídia escrita, televisiva e radiofônica. O nosso desafio para o próximo período, além de consolidar a nossa presença nos meios de comunicação mais influentes do país, é de conquistar espaço em revistas especializadas e jornais/ periódicos institucionais. O uso inteligente da *internet* também figura como um grande desafio.

Nesta primeira etapa da Campanha, foi possível realizar uma pesquisa de qualidade e de disseminá-la estrategicamente. Nosso desafio é de desenvolver uma sistemática de pesquisa que seja sustentada e contínua. A próxima ação de pesquisa participante é a Consulta, descrita abaixo.

Esta é uma estratégia que vem nos desafiando e que precisa se consolidar no próximo ano. Pensamos em lidar com este desafio estabelecendo parcerias junto a outras ONGs com experiência nesta prática, além de parcerias com parlamentares e seus assessores. Avaliamos também que OXFAM UK, NOVIB e Actionaid podem contribuir significativamente, compartilhando conosco a aprendizagem que vem acumulando ao longo dos anos.

B) Avanços nas atividades

Definição da identidade visual da Campanha e produção de materiais de divulgação:

Nos primeiros meses de Campanha, antes de seu lançamento público, foi feito um grande esforço para definirmos o logo e slogan da iniciativa, bem como para elaborarmos um conjunto de materiais que pudessem divulgar e proporcionar informações sobre a mesma. Foram produzidos cartazes, folhetos, galhardetes, camisetas e convites para o lançamento. Para efeitos de orçamento, as fitas K7 produzidas (descrita abaixo) foram considerada como parte do material de divulgação. Este “kit” de lançamento totalizou R\$27.134,90.

Lançamento:

A Campanha foi lançada no dia 5 de Outubro, dia internacional do professor, no saguão da Estação Central do Brasil, Rio de Janeiro. A cerimônia de lançamento foi conduzida pelo ator Sérgio Mamberti e pela cantora e compositora Leci Brandão, que apresentaram as quatro bandeiras da Campanha:

- ✓ Educação de qualidade é direito de todos;
- ✓ Mais recursos ampliam o acesso e a qualidade da educação;
- ✓ Professoras e professores são agentes fundamentais da aprendizagem, e
- ✓ Com voz e voto a comunidade escolar define os rumos da educação.

Sérgio Haddad, secretário executivo da Ação Educativa, Neroaldo Pontes de Azevedo, presidente da União Nacional de Dirigentes Municipais de Educação, Gianine Pierro, professora da escola de aplicação da Universidade Estadual do Rio de Janeiro e Leci Brandão deram depoimentos relativos a cada uma destas bandeiras. A Marcha em Defesa e Promoção da Educação Pública se concentrou na Central do Brasil às 10 da manhã, participando do lançamento da Campanha. Após do evento, a Marcha saiu rumo a Brasília. O evento de lançamento congregou trabalhadores em educação, alunos, passantes da Central do Brasil, organizações não governamentais e a mídia, lotando o saguão da estação. O evento teve cobertura especial da rádio CBN e da TV Futura.

Exposição fotográfica

Após o lançamento, uma exposição fotográfica chamada *Exploração Infantil, Educação através das Imagens* permaneceu na Central do Brasil até o dia 15 de Outubro. Esta iniciativa contou não somente com a exposição fotográfica, mas também com vídeos e debates sobre o tema. Quarenta monitores de cinco universidades do Rio de Janeiro foram preparados

para apresentar a exposição a mais de 2000 alunos de escolas públicas do estado, além de para os passantes da Central do Brasil, convidando todos à reflexão e intervenção. O ato de lançamento e a exposição fotográfica (que juntos constituíram o evento de lançamento da Campanha) totalizou R\$21.856,85.

Realização e divulgação de pesquisa de opinião

Durante a cerimônia de lançamento, foram divulgados os resultados de uma pesquisa que a Campanha realizou junto ao Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) para averiguar a opinião da população brasileira sobre o sistema educacional. O principal problema da educação é considerado o baixo salário dos professores, seguido pela necessidade de trabalhar que atrapalha os estudos e a distância entre escola e moradia dos alunos. De acordo com os brasileiros, os governantes deveriam investir em primeiro lugar em dar ajuda aos alunos mais pobres ou às suas famílias, seguido pelo investimento nos salários dos professores e em terceiro lugar, na abertura de mais vagas para que todos possam ir à escola. Os resultados desta pesquisa foram amplamente divulgados na mídia e junto a atores educacionais, como sindicatos e secretários de educação. Além disto, a pesquisa fará parte de um caderno chamado “Observatório da Educação”, que será lançado pela Campanha em meados do ano 2000. Esta atividade não consta no orçamento pois foi financiada diretamente por um dos parceiros.

Divulgação dos Direitos

A Campanha divulgou direitos educacionais presentes na constituição brasileira e pautados em acordos internacionais. Neste sentido, a Campanha produziu 1200 fitas K7 para rádios (principalmente comunitárias) de todo o Brasil, cada uma contendo 10 programas que divulgam os direitos da constituição brasileira. Os programas contam com depoimentos de 13 personalidades, como de Jô Soares e Boris Casoy (apresentadores de televisão que formam opinião), João Pedro Stédile (líder do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra), Dom Paulo Evaristo Arns (líder da igreja católica), Chico César (cantor e compositor), entre outros. As fitas foram também distribuídas às escolas.

A Campanha produziu um livreto chamado “Reflexões sobre a Declaração Mundial de Educação para Todos”, para que esta declaração (produzida em Jomtien) fosse conhecida e discutida principalmente pela comunidade escolar. O custo desta publicação totalizou R\$11.120,00.

Pesquisa sobre o impacto do acordo no FMI

A Campanha realizou uma avaliação do impacto do acordo do governo brasileiro com o FMI na educação brasileira. Este relatório foi fruto de uma parceria com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos (DIEESE) e com o Instituto de Estudos Sócio-Econômicos (INESC), especializados respectivamente em análises econômicas e orçamentárias. O relatório foi amplamente divulgado a atores-chaves como sindicatos, acadêmicos, secretários estaduais e municipais de educação, o ministério, movimentos sociais e outras ONGs. A pesquisa foi pautada em programas de televisão, em rádios e nos principais jornais do país. Além disso, foi discutida em uma audiência pública no Senado brasileiro. O custo desta publicação totalizou R\$14.171,23.

Reunião do terceiro Congresso Nacional de Educação (CONED III) em Porto Alegre:

A Campanha montou um quiosque durante a reunião do CONED III, dias 2, 3 e 4 de Dezembro, e participou de vários debates. A oportunidade de conhecer muitos atores envolvidos na área de educação e de poder apresentar formalmente a Campanha neste meio foi excelente. O quiosque da Campanha fez muito sucesso, houve uma enorme aceitação e interesse pelo que a Campanha estava fazendo e por *como* estávamos fazendo. Para efeito de orçamento, esta despesa está incluída no item orçamentário de “viagens de coordenação e articulação”.

Processo de Consulta nas Escolas

Este processo tem sido o mais difícil e desafiador, pois envolve a criação de comitês locais em cinco capitais do Brasil, sendo este um processo que requer muito tempo e investimento. A proposta, metodologia e foco da consulta já estão bem definidos e encaminhados. No entanto, nos resta ainda elaborar os questionários para alunos, professores, pais e comunidade fora da escola. De todas as atividades programadas pela Campanha para o ano de 1999, esta foi a única que não foi realizada dentro dos limites de tempo inicialmente planejados. O processo de consulta deve ser a prioridade absoluta da Campanha após a Cúpula Mundial de Educação, em Abril de 2000. No ano de 1999, foi gasto apenas R\$2.632,35 para iniciar o processo de consulta. O recurso financeiro remanescente de 1999 provém em grande parte da não realização da Consulta e será usado para este fim no ano de 2000.

Assessoria de Imprensa

A Campanha contratou uma assessoria de imprensa especificamente para o evento de lançamento. Após esta ocasião, avaliamos que a Campanha necessitaria de

um assessor que pudesse se dedicar continuamente à mesma e, por isso, começamos a buscar um profissional que pudesse fazer parte permanente da equipe da Campanha. No final do ano, iniciamos um trabalho com uma empresa de comunicação especializada em mídia 'oculta' (rádios comunitárias e jornais sindicais) e que tinha simultaneamente um conjunto de contatos bem estabelecidos com os principais jornalistas do país. A Campanha tem logrado espaço importante nos principais jornais, rádios e televisões do país. Foram gastos apenas R\$4.000,00, já que a assessoria se consolidou somente nos últimos dois meses do ano.

Home Page

A *home page* da Campanha já foi desenvolvida porém ainda está em fase final de adaptação. Deve ser lançada no início do ano 2000. Em princípio, apresenta as informações chaves do que é a Campanha, das atividades que realizamos e que iremos realizar, além de informações sobre direitos, políticas e leis. Além disto, indivíduos poderão aderir à campanha, se cadastrando via *home page* e sendo automaticamente incluídos na mala direta da Campanha. Foram gastos R\$2.000,00 para a elaboração inicial da *home page*.

C) Desafios estratégicos para o futuro da Campanha

Temos ainda alguns desafios estratégicos característicos da fase de constituição e consolidação da Campanha, os quais já estão sendo abordados. A constituição de Comitês Estaduais, no mínimo um comitê por região, é de suma importância para que a Campanha tenha um maior enraizamento, legitimidade e relevância. Outro desafio relacionado com o enraizamento da Campanha diz respeito à mobilização de indivíduos que se identifiquem com o seu ideário. Para tanto, é preciso criar espaços e mecanismos de engajamento pessoal que possam dar vazão e resposta ao desafio posto pela Campanha, de luta por direitos educacionais. Estamos já contatando profissionais de comunicação com experiência em campanhas para nos apoiarem na definição desta estratégia. Finalmente, a Campanha deverá elaborar um sistema de avaliação que permita desencadear um processo contínuo de reflexão e aprendizagem, nos auxiliando a determinar se estamos nos aproximando dos objetivos determinados. Salientamos que já iniciamos a definição desta estratégia de avaliação.

Documentos referentes a
algumas atividades da Campanha

Campanha Nacional pelo Direito à Educação
Pesquisa IBOPE- Setembro de 1999

Principais Resultados

1. O principal problema, apontado por 35% dos entrevistados, é o baixo salário dos professores;
2. O segundo problema principal, apontado por 19% dos entrevistados, é que a necessidade de trabalhar atrapalha os estudos;
3. O terceiro principal problema, apontado por 14% dos entrevistados, é que faltam escolas perto de onde os alunos moram.
4. A maioria que respondeu baixos salários como principal problema era da região Nordeste; a maioria que respondeu que o principal problema era o trabalho que atrapalha os estudos era do Sudeste e a maioria que respondeu que o principal problema era a distância escola-moradia era da região Norte e Centro Oeste. Isto aponta para os problemas regionais do país.
5. Quanto menor o grau de instrução e o poder aquisitivo, melhor é a opinião sobre o sistema educacional. Do público com nível superior ou mais, 56% acreditam que a população com ensino médio não conhece bem seus direitos e deveres; 69% que não estão preparados para trabalhar e 64% que não tem chance de entrar na faculdade. Os percentuais são semelhantes quando se considera as respostas da população que recebe entre 5 a 10 salários ou mais.
6. 78% dos entrevistados acreditam que a principal área de investimento dos governantes deveria ser ajuda para os alunos mais pobres e/ou suas famílias; 58% apontam que o principal investimento deveria ser melhores salários para professores e 45% apontam que deveria haver uma maior oferta de vagas para que todos possam freqüentar a escola.

Interpretação da pesquisa IBOPE

Por Maria Malta Campos (professora PUC, pesquisadora Fundação Carlos Chagas)

A Campanha Nacional pelo Direito à Educação encomendou ao IBOPE uma pesquisa de opiniões sobre a educação pública, realizada em setembro de 1999, junto a uma amostra de 2.000 pessoas de 16 anos ou mais, representativa da população do país quanto à distribuição por regiões, sexo, idade, nível de instrução, renda familiar, nível social, porte e tipo de município (IBOPE, 1999).

Os resultados são interessantes, pois contrariam algumas suposições encontradas em muitos diagnósticos sobre a educação brasileira, onde se costuma afirmar que a população valoriza mais a construção de prédios escolares e a abertura de vagas do que medidas que visam a melhoria da qualidade do ensino.

A pesquisa indagou sobre como os respondentes caracterizavam um jovem egresso da 3ª série do ensino médio, listando uma série de competências. De forma geral, a percepção mostra-se mais crítica conforme aumenta o grau de instrução e de renda dos entrevistados, para aqueles das regiões mais desenvolvidas, para os habitantes das capitais e cidades maiores. As respostas não se diferenciaram significativamente segundo o sexo, nem segundo a faixa etária dos respondentes.

Assim, enquanto 56% das pessoas com nível superior de instrução, completo ou incompleto, não acreditam que esses jovens conhecem seus direitos e deveres como cidadãos, 68% daqueles com instrução até o primário completo afirmam que sim; apenas 29% das pessoas mais instruídas concordam que a escola média pública prepara bem para o trabalho, em comparação com 67% dos que possuem o menor nível de instrução; somente 34% dos mais instruídos acreditam que esses jovens tem chance de entrar em uma boa faculdade, enquanto 68% dos menos instruídos concordam com essa afirmação. Com relação ao item que diz que os jovens egressos do ensino médio têm o básico para continuar a se desenvolver como pessoa, todos revelam-se mais otimistas.

Quando perguntados a respeito de qual é o principal problema na educação pública brasileira, a alternativa com maior porcentagem de aprovação (35%) é "o salário dos professores é baixo"; em seguida vem "a necessidade de trabalhar atrapalha os estudos" (19%), "faltam escolas perto de onde os alunos moram" (14%), "os professores não ensinam direito" (10%) e as demais alternativas com porcentagens abaixo de 10%: "falta material didático", "os pais não se interessam pela educação dos filhos" e "os prédios das escolas são ruins".

A percepção dos entrevistados sobre esses problemas parece aproximar-se bastante da realidade existente nas diversas regiões: os entrevistados do Nordeste, por exemplo, apresentam o maior índice de concordância com a afirmação de que os professores ganham pouco (40%); aqueles das regiões Norte e Centro-Oeste (consideradas em conjunto na pesquisa) mostram uma maior porcentagem de adesão à opinião de que faltam escolas próximas às moradias dos alunos (28%); os habitantes da região Sudeste problematizam mais a necessidade de trabalhar dos alunos (23%). As diferenças entre as respostas de entrevistados de diversas categorias de renda, nível de instrução, idade, sexo e tipo de município não são muito significativas nesse quesito.

De forma coerente, quando indagados a respeito de quais as áreas em que os governantes deveriam investir em primeiro lugar para que o Brasil tenha uma boa educação pública, 36% dos entrevistados apontam a ajuda para os alunos mais pobres e suas famílias, 24% o salário dos professores, 11% cursos para professores e 11% vagas para todos, sendo que as alternativas sobre manutenção e equipamentos das escolas e sobre a participação de pais e alunos nas decisões das escolas obtiveram porcentagens abaixo de 10%. Nessa questão, as maiores diferenças são encontradas entre as regiões: os cursos para professores são mais valorizados pelos moradores do Norte e Centro-Oeste (20%); o salário dos professores é menos apontado pelos habitantes da região Sul (17%); a ajuda para os alunos e famílias mais pobres é mais escolhida por respondentes dessa mesma região (40%).

O questionário também indagava sobre quais seriam as três áreas onde se deveria mais investir. Nesse caso, as alternativas "ajuda às famílias" e "salário dos professores" obtiveram respectivamente 78% e 58% de concordância.

Esses resultados parecem indicar que a opinião pública não está assim tão mal informada a respeito dos problemas da educação no país. As diferenças observadas entre as percepções de entrevistados de níveis de instrução diferenciados são esperadas, dados seus diversos padrões de julgamento sobre o que seria um bom emprego e suas diferentes experiências de conhecimento do sistema educacional. Entretanto, nas demais questões, todos revelam preocupações bastante semelhantes, o que deveria ser motivo de reflexão para aqueles que tomam decisões sobre política educacional no país.

Como o acordo com o FMI prejudicou a Educação

Lilian Mendes

Até 10 de junho deste ano, o governo deslocou R\$ 3,7 bilhões para o Ministério da Educação, enquanto a dívida externa consumiu, no mesmo período, cerca de R\$ 5,3 bilhões. Ou seja, 143% do que foi gasto com Educação. Neste ano, o setor também sofreu cortes de investimentos em programas vitais, como no Fundo Nacional para o Desenvolvimento da Educação (FNDE), cujo orçamento foi diminuído em R\$ 112,3 milhões, o equivalente a 42% da previsão inicial. Essa é apenas ponta de um verdadeiro iceberg que impactou a Educação no País: o acordo com o FMI, assinado no final de 1998.

Os dados fazem parte de um minucioso relatório produzido pela Campanha Nacional pelo Direito à Educação, lançada em outubro último, que avalia os estragos na Educação, decorrentes do acordo, e aponta caminhos diante desse quadro. O estudo aproveitou a oportunidade única para se analisar os efeitos do acordo no orçamento federal, com a alteração do Projeto de Lei Orçamentária para 1999. Em 31 de agosto de 1998, o governo encaminhou ao Congresso um primeiro projeto, porém em 9 de novembro, foi encaminhada nova proposta com uma ampla revisão, visando cumprir as metas em negociação com o FMI. Os investimentos com Educação caíram 30% (R\$ 153 milhões) da primeira para a segunda proposta. Entre as despesas correntes, o ensino superior teve cortes da ordem de R\$ 494,4 milhões. Outros R\$ 54,9 milhões do MEC foram cancelados, além de R\$ 18,9 milhões do ensino técnico e tecnológico, totalizando reduções de R\$ 568,3 milhões neste item.

Como política compensatória, o acordo criou a Rede de Proteção Social, agrupando 22 programas sociais que devem ser protegidos dos impactos adversos do acordo. Porém, no caso da Educação, a fragilidade estrutural da Rede é demonstrada pelo fato de incluir programas que não são rigorosamente educacionais ou que já estavam protegidos por medidas constitucionais. Assim, programas como os de educação infantil e de jovens e adultos, que deveriam ter sido beneficiados com a Rede, não o foram. Além disso, a execução orçamentária da Rede é precária, pois atividades como o FUNDESCOLA – projeto iniciado em 1998, com empréstimo do Banco Mundial, voltado para o ensino fundamental nas regiões Norte e Centro-Oeste – tiveram execução inferior a 10% do previsto, até setembro de 1999.

Quando se analisam as condições impostas pelo FMI, é possível entender a origem dos prejuízos. Uma delas prevê a geração de superávit primário, exigência que se estende a estados e municípios. Como o superávit primário significa receitas menos despesas, **sem considerar os juros e encargos da dívida**, sua função é tornar disponíveis recursos para o pagamento da dívida. O prejuízo acarretado por essa escolha é imenso na Educação. As verbas destinadas ao pagamento de amortização, juros e encargos da dívida externa (R\$ 17,7 bilhões)

representam 163% do total destinado ao MEC (R\$ 11,1 bilhão) no orçamento de 1999.

Visando superar a insustentável drenagem de recursos da área social – tanto para o cumprimento das condições do acordo quanto para o pagamento da dívida – o relatório endossa proposta do Tribunal da Dívida Externa, de uma moratória soberana, rompendo o acordo e redefinindo as dívidas com base no resultado de uma auditoria social.

"O Impacto do Acordo com o FMI na Educação Brasileira" será entregue ao Congresso Nacional, através de uma audiência pública em Brasília, no mês de dezembro.

Lilian Mendes é jornalista da Oboré Projetos Especiais, entidade parceira da Campanha Nacional pelo Direito à Educação

Para mais informações

Camilla Croso Silva - Campanha Nacional pelo Direito à Educação

Tel. 0XX.11.825.5544

E-mail: educavida@originet.com.br

Avaliação da Década de Educação para Todos
Atividades paralelas ao encontro E9, em Recife
1 e 2 de Fevereiro de 2000

ATIVIDADES

1. Constituição do Comitê da Campanha no Recife

O Comitê terá o caráter de um Fórum permanente, devendo promover discussões e produção de dados/informação, publicações, intervenção e articulação.

Deverá integrar o comitê diretivo nacional.

Sua composição deverá ter representantes da UNDIME, setores de educação de ONGs, secretaria estadual de educação, comissão de educação da Assembléia Legislativa do estado, comitês de defesa da cidadania, sindicato e associações da categoria profissional da educação, universidade, conselho estadual de educação; associações juvenis, representantes de setores do empresariado local, conselho de defesa de direitos da criança e adolescente, associações de pais e mães.

O comitê local (articulado ao Comitê Diretivo) deverá responder pela direção política da campanha.

2. Lançamento da campanha na Assembléia Legislativa

Considerando que a Assembléia é o espaço de poder público constituído legalmente para a defesa e promoção da cidadania, a comissão pró-comitê sugere o lançamento da campanha no Recife neste local, buscando com isso um maior envolvimento dos representantes eleitos pelo povo com as questões da educação.

A programação deverá constar de um debate sobre os temas da campanha, com a presença de convidados locais, nacionais e internacionais.

3. Feira da Educação

Esta feira será um ponto de concentração e mostra de experiências e projetos de educação em vigor no estado. Serão convidadas instituições ligadas à educação das áreas governamental e não-governamental, que apresentarão seus trabalhos em barracas. A idéia é promover uma rede de informação e divulgação de diversas experiências, suas atividades, seus problemas e as alternativas* de solução encontradas localmente, seus sucessos, obstáculos e perspectivas. Durante a feira acontecerão atrações culturais e oficinas pedagógicas relacionadas a alguns dos projetos ali apresentados.

Da organização espacial da feira deverão constar informes sobre os principais itens da declaração mundial de educação para todos além de informes sobre a reunião dos países E-9 que estará acontecendo paralelamente no estado.

4. Encarte de jornal

Entende-se que este encarte será um grande investimento junto à imprensa, visando a mobilização da parcela da população, formadores de opinião, com mais informações e conhecimentos sobre a ONU e as políticas globais. A idéia é associar a produção do encarte à uma estratégia diversificada de debates e entrevistas na mídia, com a presença de pessoas do comitê da campanha, envolvendo um programa de debates na televisão e/ou rádio, entrevista em um jornal local, etc. O custo para esta atividade não consta do orçamento abaixo, e terá outra fonte de recursos.

Educação para Todos: agora vai?

A Cúpula Mundial de Educação estabeleceu novos compromissos para 2015. Resta saber se, de fato, vão sair do papel

Os representantes dos 180 países presentes à Cúpula Mundial de Educação, em Dakar (Senegal), entre 26 e 28 de abril último, tiveram o amargo sabor de admitir que não fizeram a lição de casa, proposta em 1990 na Conferência Mundial de Educação para Todos, em Jomtien (Tailândia). Os 155 governos signatários da Declaração de Jomtien se comprometeram a colocar toda criança na escola até o ano 2000, porém ainda hoje, 125 milhões de crianças nunca estiveram numa sala de aula, sendo que 2/3 são meninas, sem falar nos 880 milhões de adultos analfabetos. Outro compromisso descumprido foi que a assistência financeira para a educação básica seria elevada. Apenas na África, a ajuda financeira despencou US\$ 3 bilhões, de 1990 para cá. A garantia de que os programas do Fundo Monetário Internacional estariam alinhados aos compromissos com a educação também foram jogados por terra, quando o próprio FMI admite que pelo menos 12 países da África reduziram seus gastos com educação, sob o impacto de programas do Fundo. Outra promessa vazia foi que o Banco Mundial colocaria em prática seus programas de Educação para Todos. A instituição, que ampliou seus empréstimos para setor e é hoje o principal fundo para a educação, continua responsabilizando apenas os pais pela educação dos filhos.

Antecedendo a Cúpula, nos dias 24 e 25 de abril, cerca de 200 organizações não-governamentais se reuniram também em Dakar, visando preparar as ONGs participantes da Cúpula oficial em suas reivindicações. O forte protesto contra o fato de que apenas 55 ONGs estavam oficialmente convidadas para a Cúpula chegou aos ouvidos da UNESCO, que decidiu abrir a participação para todas. Ainda assim, foi lamentável constatar que, entre as 200 ONGs, apenas três da América Latina, mais especificamente do Brasil, estavam na Cúpula: ABONG - Associação Brasileira das ONGs, Ação Educativa e Lar Fabiano de Cristo. O fórum das ONGs produziu um documento, sistematizando as alterações sugeridas para o Marco de Ação de Dakar, que foi o principal instrumento usado na Cúpula para dar vazão às reivindicações das organizações não-governamentais. Lamentavelmente, uma importante recomendação das ONGs, de que os governos devam investir no mínimo 6% do PIB em educação, não foi incorporada ao texto final adotado pela Cúpula Mundial. Por outro lado, todo o processo de discussão e participação no comitê de redação do Marco de Ação, em plenárias de abertura e no encerramento da Cúpula e em conferências de imprensa oficiais, deixou claro que as ONGs foram reconhecidas como atores sociais relevantes e legítimos.

A exemplo de Jomtien, os países representados na Cúpula firmaram um conjunto de metas para atingirem o objetivo de Educação para Todos: a) expandir e melhorar o cuidado e a educação infantil, especialmente para as crianças mais vulneráveis e em maior desvantagem; b) assegurar que todas as crianças, com ênfase especial nas meninas e crianças em circunstâncias adversas, tenham acesso à educação primária, obrigatória, gratuita e de boa qualidade até o ano 2015; c) assegurar que as necessidades de aprendizagem de todos os jovens e adultos sejam atendidas pelo acesso equitativo à aprendizagem apropriada, à habilidade para a vida e aos programas de cidadania; d) alcançar uma melhoria de 50% nos níveis de alfabetização de adultos até 2015,

especialmente para as mulheres, e acesso equitativo à educação básica e continuada para todos os adultos; e) eliminar disparidades de gênero na educação primária e secundária até 2005 e alcançar a igualdade de gênero na educação até 2015, com enfoque na garantia ao acesso e ao desempenho pleno e equitativo de meninas na educação básica de boa qualidade; f) melhorar todos os aspectos da qualidade da educação e assegurar excelência para todos, de forma a garantir a todos resultados reconhecidos e mensuráveis, especialmente na alfabetização, matemática e habilidades de vida essenciais.

O Marco de Ação de Dakar também determina que cada país elabore até 2002 um plano para cumprir as metas de Dakar e que a comunidade internacional, em particular as agências patrocinadoras da Cúpula, devem elaborar um plano de ação coordenado para apoiarem a implementação das metas. Outro avanço, resultante do esforço das ONGs, é o reconhecimento de que Educação para Todos não será possível sem apoio financeiro adicional dos países e perdão da dívida em prol da educação por parte dos doadores bilaterais, o que custará em torno de US\$ 8 bilhões por ano. Apenas o dinheiro não vai resolver a crise da educação, mas sem estabelecer a captação de novos recursos, a Cúpula de Dakar não teria a menor relevância para as 125 milhões de crianças que estão fora da escola ou para os 880 milhões de analfabetos.

O montante parece vultoso, mas na verdade, equivale a menos do que os gastos militares de quatro dias, em todo o mundo. Em relação à Declaração de Jomtien, o Marco de Ação de Dakar traz avanços conceituais significativos. Educação passou a ser claramente colocada como um direito, foi explicitada a necessidade de que a educação fundamental seja gratuita e obrigatória, além da importância de se valorizar os professores e os demais trabalhadores em educação, inserindo-os nas tomadas de decisões sobre políticas educacionais. Porém, ainda assim Dakar não oferece motivos para se comemorar, quando se nota a lacuna de uma discussão conceitual inovadora sobre educação. Ao contrário, praticamente não houve menção da existência de necessidades básicas de aprendizagem e a educação extra escolar perdeu o espaço que havia conquistado em Jomtien. As seis metas de Dakar são essencialmente escolares. A qualidade na educação e seus indicadores também foi um conceito intocado na Cúpula de Dakar.

Para as ONGs brasileiras, ficou a impressão de que o governo não reputou a devida importância ao evento. O ministro da Educação Paulo Renato, num gesto que decepcionou as entidades ligadas à educação do País, não esteve em Dakar. A delegação brasileira contou, entre outros membros, com Maria Helena Guimarães Castro, presidente do INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais), para quem a Campanha Nacional pelo Direito à Educação - lançada por ONGs e sindicatos em outubro último - entregou um abaixo-assinado com cerca de três mil nomes. Em sintonia com as reivindicações das ONGs em todo o planeta, o documento pleiteia que o governo reconheça educação como um direito, dando maior atenção à educação infantil e à de jovens e adultos, democratizando o processo de elaboração das políticas educacionais e alocando mais recursos para o setor. Se a Década de Educação para Todos não obteve êxito, o que nos garante que não teremos outros 15 anos de promessas vazias? Esperar acontecer certamente não trará os resultados positivos que almejamos. Por acreditar nisso, um grupo de entidades lançou em outubro último a Campanha Nacional pelo Direito à Educação. Cabe a nós, organizações não-governamentais, sindicatos e demais atores que lutam por uma educação gratuita e de qualidade para todos, monitorar as ações governamentais e assegurar a abertura de espaços onde tenhamos voz e vez. Caso contrário, correremos o risco de continuar apenas sonhando - e não vivenciando - uma Educação para Todos.

Campanha Nacional pelos Direitos à Educação

Relatório “Observatório da Educação”

A Campanha apresenta como um de seus principais objetivos a democratização da aprendizagem e ‘naturalização’ de educação enquanto direito. Para que isso possa acontecer, é preciso difundir e estimular na população uma cultura de controle cidadão das políticas e práticas educacionais. O acesso à informação qualificada é um pré-requisito indispensável para que a prática do controle cidadão possa ser implementada. A partir disto surge a idéia da Campanha publicar um relatório anual chamado Observatório da Educação. O primeiro número visa realizar uma avaliação retrospectiva do setor educacional na década de 90. O relatório pode ser posteriormente usado como subsídio de discussão em audiências públicas e apresentado ao governo brasileiro pouco antes da Cúpula Mundial de Educação, em Dakar, em Abril de 2000.

Segue abaixo uma sugestão do formato deste primeiro número (aproximadamente 60 pg.):

Primeira parte: Introdução: O Direito à Educação (Cristóvam Buarque)

Segunda parte: A legislação da educação na década de 90- (Carlos Jamil Cury)

Terceira parte : Financiamento da educação (João Monlevade)

Quarta Parte: Qualidade em Educação (Maria Malta)

Quarta parte: A Voz dos Atores

1. Professores (Carlos Augusto Abicalil)
2. Alunos (Samantha Stockler)
3. Pais (Antonio Conselheiro- representante do Conselho de Escola)

4. Crianças fora da Escola (Celio Morais- coordenador nacional MNMMR)
5. Resenhas de pesquisas participantes que ouviram a voz dos atores:
 - “O Retrato da Escola” (da CNTE)
 - A Repetência em Recife (do Centro de Cultura Luiz Freire)

Quinta parte: Equidade em Educação

1. Gênero (Marília Pinto de Carvalho, FE USP)
2. Raça (representante do Centro de Cultura Luiz Freire)
3. Povos indígenas (representante indicado pelo CCLF)
4. Portadores de necessidades especiais :(Professora Gilberta Jannuzzi)
5. Educação rural: (A partir de texto MST)

Anexo: Dados Educacionais Fundamentais
(compilados por Ação Educativa)