É correto veicular publicidade em uniformes escolares em troca de sua doação?

SIM

Uma questão de prioridade
José Aristodemo Pinotti

Apesar de a questão ter despertado tantas opiniões, não temos, ainda, uma proposta concreta da Abravest (Associação Brasileira do Vestuário). A oferta verbal foi de uniformes com pequena propaganda institucional na manga da camisa e no bolso traseiro da calça, excluindo bebida e fumo.

A polêmica é útil menos pela questão dos uniformes e mais por discutir a parceria público-privada, desnudar as mazelas da educação, suas prioridades óbvias -nem sempre consideradas- e a falta de recursos que fazem destes R$ 65 milhões gastos com uniformes uma verba preciosa para atender suas reais necessidades.

Recebemos a rede municipal com 8.000 professores a menos e 10 mil desviados de suas funções. Sem professor você não tem bom ou mau ensino, simplesmente não o tem. Os alunos ficam pouco na escola, cuja maioria tem três turnos diurnos e um excesso de crianças por classe; 50 mil estudavam em 52 escolas de lata, sem computadores e com merenda seca.

Após as aulas, as crianças voltam para ambientes de risco social. A avaliação dos alunos é insuficiente, e existe uma demanda reprimida de 126 mil vagas em creches. A saúde é precária: 54% das crianças até dois anos têm anemia; 72% delas, acima dos 14, lesões bucais; 8% são obesas; 7%, desnutridas e 20% têm verminoses.

A educação pública em São Paulo vem derrapando em maus resultados e aprofundando o espaço que separa nossos alunos dos que freqüentam o ensino privado. Saeb, Saresp, Pisa e outras formas de avaliar mostram a mesma frustração que não condiz com o esforço e qualidade de nossos professores. Temos, como disse Darcy Ribeiro, "uma escola para nossos filhos e outra para os filhos dos outros", quando educação é a estratégia para dar oportunidades iguais neste país que, em diferenças sociais, é superado apenas por oito nações (PNUD 2005).

Foi com essa visão que, no governo Serra, começamos a redirecioná-la. Estamos priorizando a leitura e a escrita como técnica e como paixão. Devolvemos mais de mil professores de funções administrativas para as salas de aula. Nomeamos 3.354 concursados e acabamos com o excesso de faltas e licenças. Passamos a execução orçamentária das subprefeituras para as coordenadorias, e parte da verba vai para as escolas e APMs. Capacitamos educadores por meio da USP e estamos implantando o conceito de Escola Promotora de Saúde. Estamos substituindo as 52 escolas de lata, construindo outras e abrindo sobre nossos alunos o "guarda-chuva" da educação o dia todo, nas férias e nos finais de semana. Isso já se iniciou nos CEUs, no sambódromo e em 40% das escolas. Vamos atender um número maior de crianças nas creches, inclusive construindo novas unidades em sete CEUs.

Para a concretização desse programa, promovemos economia de gastos: continuamos as construções com 13% a 48% a menos no valor do metro quadrado; obtivemos R$ 3,5 milhões de desconto nos uniformes. Nos outros contratos, tivemos até 20% de redução. Mesmo assim, precisamos de mais recursos. A Finlândia, que não é o país mais rico, mas o 1º colocado no ranking do Pisa, aplica US$ 4.706 por aluno/ano do ensino fundamental, enquanto o Brasil coloca apenas US$ 832.

Com os R$ 65 milhões, poderíamos, a cada ano, construir mais 50 escolas ou colocar 35 mil crianças em creches conveniadas e dar melhor conforto aos nossos professores. Acabaríamos, em

quatro anos, com a demanda reprimida das creches, com os três turnos diurnos e melhoraríamos a qualidade do ensino.

Por isso, se a Abravest formalizar a oferta, se pais, professores e alunos concordarem e se a nossa área jurídica entendê-la legal, a minha opinião será favorável.

Não podemos continuar perdendo gerações e gerações de crianças -como aponta a pesquisa do Ibope sobre analfabetismo, publicada nesta semana- e deixar de andar mais depressa na solução dos problemas reais da educação por críticas mal-informadas.

Ninguém como eu lutou e continua lutando contra a privatização das políticas públicas de educação e saúde e do uso distorcido da parceria público-privado. Fui processado por combater a segunda porta dos hospitais públicos, que tira a oportunidade dos pacientes do SUS para atender interesses financeiros privados. Fui ameaçado por combater o parasitismo que os planos de saúde exercem sobre o SUS, dando-lhe prejuízo de pelo menos R$ 1 bilhão por ano para aumentar o lucro das operadoras. Combati e mudei o vestibular que seleciona para as universidades públicas alunos pelo poder econômico dos pais.

Por isso, tenho legitimidade para defender ajudas da sociedade civil para a educação, sempre que não interferirem na política educacional proposta e que venham preencher necessidades por nós identificadas. Já estamos fazendo isso: o Pão de Açúcar monta orquestras nos CEUs, a DixAmico financiou a turnê de Regina Duarte nos nossos teatros e inúmeros empresários colaboram com diferentes escolas. É bom lembrar que a educação não é só responsabilidade da escola, mas da tribo inteira.

NÃO

Aluno-propaganda
Fabio Bezerra de Brito

O uso de propaganda nos uniformes das escolas da Prefeitura de São Paulo fere direitos constitucionais das crianças e dos adolescentes. O mesmo artigo 227 da Constituição de 1988, que estabelece o direito à educação, determina como dever do Estado protegê-los da exploração econômica.

Ao utilizar os uniformes escolares para veiculação de logomarca comercial, a prefeitura, em flagrante contradição com a lei federal, faz deles garotos e garotas-propaganda de empresas que obviamente pretendem obter retorno financeiro por meio da divulgação do logo institucional ou marca de seu produto no espaço escolar, nos meios de transporte e em todos os lugares por onde andarem os eventuais recém-contratados outdoors ambulantes.

Para legitimar a nova modalidade de trabalho infantil, a prefeitura espera contar com a aceitação dos pais e da opinião pública à custa da promessa de manter a oferta de uniforme e material escolar bem como destinar recursos economizados com esses itens para a construção de novas unidades de ensino. Essas promessas nada mais são do que deveres governamentais estabelecidos na legislação municipal, a qual prevê verbas exclusivamente destinadas à educação pública.

Acena-se, portanto, às famílias com benefícios que são direitos, pedindo-lhes em troca o emprego de seus filhos como instrumentos de propaganda, o que pode vir a colocá-los em situação vexatória. Quem conhece a realidade das relações interpessoais no ambiente escolar sabe que, dependendo do nome do produto ou da empresa estampado no uniforme, pode haver margem a trocadilhos, brincadeiras e provocações constrangedoras entre os alunos.

Para crianças e adolescentes, o uniforme escolar não é uma roupa qualquer, se é que existe uma roupa qualquer para essa faixa etária. O uniforme é usado diariamente, nas visitas a exposições e demais saídas escolares, numa fase na qual a preocupação com a imagem de si mesmo e com a opinião do outro tem muito mais peso. Pode-se simplesmente ignorar essa questão ou reconhecê-la e tratá-la de modo pedagógico. Em vez de ser visto como mais uma imposição institucional, o uniforme pode ter significados simbólicos relacionados aos sentimentos de pertencimento e de identificação com a escola e sua comunidade.

Na Escola de Aplicação da Faculdade de Educação da USP, os alunos puderam vivenciar a experiência da escolha do novo uniforme e logomarca da escola. Diante de reiteradas reclamações sobre o logo antigo, a escola resolveu envolver a comunidade escolar num processo democrático de criação de um novo uniforme, visto como mais um elo do aluno à escola. As crianças das séries iniciais fizeram desenhos representando sua visão da escola, que serviram de base para estudantes da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP conceberem diferentes projetos visuais de logo e uniforme, apresentados em pôsteres a toda comunidade escolar.

Todos os alunos puderam votar na proposta que melhor representasse a escola e com o qual mais se identificassem. Como professor à época, pude acompanhar a votação e fiquei surpreso com a expressiva participação, que se manifestou nas discussões acaloradas e campanhas pró e contra as diferentes propostas.

No decorrer do processo, os alunos sentiram que sua opinião era valorizada, que tinham algo a dizer sobre a logomarca da escola, sobre o uniforme que usariam e o que este deveria expressar. Aprenderam a valorizar a escolha democrática, exercitaram sua criatividade e habilidade artística, desenvolveram a capacidade argumentativa e de interpretação de imagens, entre outras competências e atitudes importantes à sua formação para cidadania ativa.

A questão pedagógica, entretanto, parece ter sido a menos considerada no projeto da privatização dos uniformes escolares. Em contradição com o discurso dos textos da Secretaria Municipal da Educação sobre formação de sujeitos críticos, reduz o aluno à condição de objeto, "coisificando-o", como no poema "Eu, Etiqueta", de Drummond. Porém, ao contrário do eu lírico do poema, que diz não ser "anúncio contratado", pois paga "para anunciar, para vender", no caso das crianças e adolescentes das escolas da prefeitura, trata-se de "anúncio contratado" à revelia destes e por aqueles que teriam o dever constitucional de garantir-lhes educação pública de qualidade e a salvo de toda a forma de exploração econômica.

Fonte: Folha de São Paulo, São Paulo, 10 set. 2005, Tendências / Debates, p. A3.