

INICIATIVA PRIVADA E EDUCAÇÃO PÚBLICA: CONTRIBUIÇÕES METODOLÓGICAS PARA A ANÁLISE DE OBJETOS DE PESQUISA DIFUSOS NA ÁREA DE POLÍTICA E GESTÃO EDUCACIONAL

Oswaldo GONÇALVES JUNIOR¹
Elie George Guimarães GHANEM JUNIOR²

RESUMO: Fornece elementos para uma reflexão sobre estratégias metodológicas em face de objetos de estudo que se revelam de difícil abordagem. Através de um estudo de caso em educação, procura-se mostrar que dificuldades na obtenção de informações e dados foram superados utilizando-se um modelo de análise desenvolvido. Demonstra-se que sua utilização permitiu realizar inferências mais amplas e revelar incongruências ocultas no âmbito dos debates sobre o público e o privado na educação. Pretende auxiliar a reflexão acerca de metodologias de pesquisa qualitativa para aqueles que lidam com estudos desse tipo. Conclui que as correntes expectativas da eficiência de gestão e transferência de recursos em quantidade e qualidade suficientes não se concretizaram com uma iniciativa privada empresarial no âmbito da educação pública, ainda que se tenha obtido êxito na construção de uma imagem positiva por parte dos promotores dessa ação junto a setores da opinião pública. Prevalecendo interesses de ordem comercial em detrimento das motivações declaradas da iniciativa de ajuda à educação, e mesmo não se podendo afirmar que a iniciativa tenha resultado num avanço privado redefinidor do caráter público dos sistemas atingidos, há indícios de que sua implementação represente um inédito capítulo centrado na “educação”, frente a um panorama no qual sobressaem historicamente acordos de ajuda mútua de caráter político-econômico entre Estado e iniciativa privada empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Pesquisa qualitativa. Metodologia. Público-privado.

Introdução

O ensejo de se pesquisar algo requer um esforço de escolha do objeto a ser estudado. Formular um problema de pesquisa adequado demanda um esforço ainda maior. Mas, todo este esforço pode ser frustrado se, paralelamente a um bom objeto e a um problema bem definido, não houver como obter dados e informações sobre aquilo que se quer pesquisar. À escassez de fontes, soma-se a dificuldade da sistematização para que se encontre uma lógica entre os elementos disponíveis, que satisfaça os cânones científicos. No âmbito da

¹ UNESP - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Ciências e Letras - Departamento de Administração Pública. Araraquara – SP – Brasil. 14800-901 - oswaldo@fclar.unesp.br

² USP - Universidade de São Paulo. Faculdade de Educação - Departamento de Filosofia da Educação e Ciência da Educação. São Paulo – SP – Brasil. 05508-040 - elie@usp.br

fundamentação teórica, a ambigüidade ou ausência de melhor definição de termos e conceitos é um complicador que pode vir a se somar a esse quadro.

O presente artigo pretende fornecer elementos advindos da abordagem realizada em estudo de caso no qual a precariedade das fontes para pesquisa obrigaram a formulação de algumas estratégias para sua concretização. Tais estratégias se basearam em pesquisas de avaliação de projetos educacionais (GIGLIO; GHANEM JUNIOR; MADEIRA, 2004), orientadas por especialistas do Instituto Internacional de Planejamento da Educação (IIPÉ), da Unesco - Buenos Aires.

Pelo tema abordado no estudo de caso, as informações que se expõem são relevantes para um problema no campo da educação, relativo à intersecção entre as esferas pública e privada: o Programa Moto Perpétuo, patrocinado pela Fiat Automóveis S.A., que entre 1997 e 2001, voltou-se à doação de *kits* de materiais paradidáticos para milhares de escolas de diferentes regiões do Brasil. O amplo alcance do Programa foi a base na qual seus promotores se apoiaram para afirmar tratar-se da maior parceria da iniciativa privada com o governo federal dentro do *Acorda Brasil! Está na hora da Escola*, programa do Ministério da Educação (MEC) dedicado a estimular a participação da iniciativa privada através de ações em prol da educação nos governos Fernando Henrique Cardoso (1995-2003). Porém, não havia até a realização da pesquisa nenhum estudo que demonstrasse os efeitos práticos daquela ação, seja na melhoria da educação (propósito declarado como motivação principal para sua existência), seja nas implicações de um redimensionamento das esferas pública e privada. São resultados de um estudo de um caso que, com este artigo, podem contribuir também no avanço da compreensão acerca desta problemática.

A escassez de informações e dados

O Programa Moto Perpétuo originou-se na Itália, na primeira metade da década de 1990. Patrocinado pela Fiat Automóveis S.A. e gerenciado pela empresa italiana de comunicação e *marketing* La Fabbrica, resultou na doação para escolas italianas de *kits* de materiais paradidáticos abordando temas correlatos aos transportes. No ano de 1996, a Fiat decidiu trazer o Programa também para o Brasil. Em consequência, a La Fabbrica também se instalou no País e, com a incumbência de promover o Programa junto às escolas brasileiras,

implantou o Centro de Coordenação Fiat para a Escola (CCFE), situado na cidade de São Paulo.

A versão brasileira do Programa contou com *kits* de materiais paradidáticos para Ensino Fundamental versando basicamente sobre os temas da segurança e educação no trânsito, história dos transportes, desenvolvimento das cidades e meio ambiente. Para o Ensino Médio, foram adaptados de versões italianas *kits* específicos para as áreas de física, biologia e psicologia. As abordagens aos diferentes temas conduziam, em última instância, ao tema principal da mobilidade, com especial enfoque para os problemas relacionados ao automóvel, sobretudo na versão destinada ao Ensino Médio. Oferecidos como doação, o recebimento dos *kits* contendo materiais do Programa Moto Perpétuo não exigia qualquer contrapartida por parte das escolas, fossem públicas ou privadas.

O levantamento de informações foi uma dificuldade que marcou todo o processo de pesquisa sobre o Programa Moto Perpétuo. A busca de fontes escritas, distintas daquelas de caráter estritamente publicitário ou de divulgação e aos materiais do Programa propriamente ditos, foi uma tarefa também constante e exaustiva, nem sempre vencida de forma satisfatória. Essa ausência não poderia deixar de ser entendida como um indicador significativo do Programa, característica que por si só já permite uma visão, ainda que parcial, do objeto estudado.

A constatação da ausência de fontes escritas úteis, no entanto, constituiu-se numa grande inquietação. A união de números expressivos, alusivos a um programa educacional amplo e supostamente bem sucedido³, com as ausências quase totais de indicativos que pudessem dar materialidade às quantidades, suscitou uma primeira questão: para além da simples divulgação daqueles expressivos números, como seria possível verificar a melhora da qualidade da educação promovida pelo Programa, objetivo declarado pela empresa patrocinadora como a principal justificativa para a realização de uma “ação social”?

No intuito de obter outras fontes que pudessem informar sobre o Programa, optou-se pela realização de entrevistas com diversos participantes das relações estabelecidas em torno do desenvolvimento do Programa, que envolveram a empresa patrocinadora, a empresa contratada para gerir o Moto Perpétuo e órgãos das secretarias de educação.

³ De acordo com a Fiat (empresa patrocinadora) e a La Fabbrica do Brasil Ltda. (empresa gestora), “[...] desde 1997, o Programa, desenvolvido em colaboração com o MEC (Ministério da Educação), as Secretarias de Educação e as instituições públicas e particulares dos Estados beneficiados, envolveu mais de 17.000 escolas e 10 milhões de alunos e pode ser considerada hoje como uma das mais bem sucedidas contribuições da iniciativa privada em prol da melhoria da educação no país.” (CARTA..., 2000, p.1).

Mas, mesmo a estratégia de realização de entrevistas não esteve livre de percalços. Na tentativa de materializar o objetivo maior da pesquisa, promovendo uma avaliação global de diferentes aspectos relativos à iniciativa da Fiat, somada à análise das informações obtidas com as entrevistas, empreendeu-se a construção de um modelo de análise baseado em **Dimensões** (perspectivas de análise), **Variáveis** (tópicos específicos dentro de cada perspectiva) e **Indicadores** (instrumentos de medição). Para isto, elegeram-se alguns aspectos para os quais se buscou obter informações externas ao Programa, servindo de parâmetros para ajuizar sobre eficiência e eficácia nas metas de auxílio à educação. Outros aspectos, relativos ao investimento em si e sua relação com as repercussões deste advindas, também foram objeto deste modelo analítico. Aspectos extras também foram incorporados à análise por se mostrarem importantes para uma melhor compreensão do objeto, ainda que não se enquadrem nas três categorias do modelo apresentado.

A escolha daqueles aspectos teve como princípio o entendimento de que grande parte das justificativas para uma intervenção privada junto ao setor público se pauta por uma transferência de eficiência de gestão e de recursos. Pretendeu-se, com a pesquisa, verificar, no caso da iniciativa da Fiat, de que forma e em que grau aquilo se concretizou.

Modelo de análise: a construção de uma lógica possível

Privilegiaram-se seis grandes aspectos para tornar mais compreensíveis as questões tomadas como centrais no estudo. Cada uma das perspectivas escolhidas foi denominada **Dimensão**, sendo elas: **Pedagógica, Abrangência, Implementação, Recursos Financeiros, Repercussão, Sustentabilidade**. Dentro de cada uma dessas dimensões foram identificados tópicos cuja possibilidade de variação se mostrava particularmente importante para o adequado entendimento do objeto. Cada um dos tópicos foi denominado **Variável**. Para verificar o comportamento do Moto Perpétuo nas variáveis escolhidas, foram estabelecidos **Indicadores**. Estes tiveram por função servir de “instrumentos de medição”, a partir da confrontação de informações internas ao próprio Programa e outras externas. Uma visão geral é apresentada no Quadro 1.

No presente trabalho, dada as limitações de espaço, serão priorizados alguns aspectos dos resultados alcançados com a utilização desta abordagem, levando-se em consideração a intenção de sugerir estratégias metodológicas de pesquisa.

Análise e resultados

No que se refere à qualidade dos materiais (**dimensão pedagógica**) doados pelo Programa às escolas, recorreu-se aos princípios estabelecidos pelo MEC, por meio do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) (BRASIL, 1997) – na falta de um melhor parâmetro, já que os materiais do Programa não são materiais didáticos no sentido estrito, estando mais próximos àquilo que usualmente se convencionou chamar de paradidáticos.

Quadro 1 - Modelo de análise: dimensões, variáveis, indicadores e aspectos extras

Dimensão pedagógica	Variável 1: qualidade dos materiais	Indicador 1: critérios do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD)
	Variável 2: grau de definição de objetivos educacionais	Indicador 2: objetivos declarados do Programa
	Variável 3: viabilidade dos objetivos propostos	Indicador 3: proposição de meios para atingir objetivos
Dimensão abrangência	Variável 4: distribuição de materiais paradidáticos	Indicador 4: proporção de matrículas públicas e privadas
		Indicador 5: proporção de matrículas por unidade federada
		Indicador 6: unidade da Federação segundo IDH
Aspecto extra	Desigualdades regionais: PIB, população e IDH	
Dimensão implementação	Variável 5: adesão de escolas e secretarias de educação ao Programa	Indicador 7: receptividade de escolas e secretarias de educação ao Programa
	Variável 6: disponibilidade dos <i>kits</i> para os profissionais das escolas	Indicador 8: prazos de entrega dos <i>kits</i>
	Variável 7: uso dos <i>kits</i> por profissionais da educação	Indicador 9: processo de acompanhamento do programa pelas secretarias de educação
	Variável 8: adequação do sistema de acompanhamento no desenvolvimento do Programa	Indicador 10: equipe de consultores técnicos frente ao universo escolar atendido
		Indicador 11: acompanhamento via sistema de <i>telemarketing</i>
	Variável 9: relações interinstitucionais	Indicador 12: adequação das relações público (governo) – privado (empresa)
Aspecto extra	A imagem da implementação distante da escola	
Dimensão recursos financeiros	Variável 10: proporção frente à despesa oficial com material didático	Indicador 13: comparação entre custo do Programa e gasto oficial com livros didáticos
	Variável 11: proporção frente à despesa com publicidade	Indicador 14: custo de divulgação na imprensa
	Aspecto extra	Recursos financeiros per capita
Dimensão repercussão	Variável 12: grau de difusão na opinião pública	Indicador 15: divulgação da iniciativa da Fiat na imprensa
	Variável 13: meio em que repercute o Programa Moto Perpétuo	Indicador 16: meios não educacionais
		Indicador 17: meios educacionais
Aspecto extra	Motivações empresariais e a dimensão repercussão	
Dimensão sustentabilidade	Variável 14: estabilidade no nível de recursos investidos ao longo do Programa	Indicador 18: variação no dimensionamento dos <i>kits</i> paradidáticos

	Variável 15: presença de atividades após a retirada dos recursos da Fiat	Indicador 19: processo de encerramento do Programa
--	--	--

Fonte: Elaboração própria.

Decorrida a avaliação, pôde-se verificar que o material apresentou problemas vários quando colocado frente aos critérios padronizados de avaliação do MEC. Na segunda variável da **dimensão pedagógica**, que visou analisar o grau de definição dos objetivos educacionais, pôde-se constatar que as referências relativas a esse aspecto, quando existentes, mostraram-se extremamente difusas, atreladas muitas vezes a uma argumentação mais pertinente à divulgação do Programa. Quanto à variável viabilidade dos objetivos propostos, pôde-se constatar que, se por um lado eram vagos e, portanto, de difícil quantificação, por outro, muitos dos objetivos elencados pelos gestores e patrocinadores do Moto Perpétuo visavam metas ousadas para uma iniciativa nos moldes do Programa. Por mais nobres que fossem essas metas, a avaliação dos materiais permite afirmar que estes não apresentaram de forma satisfatória os meios (descrição objetiva e instrumentos) para se concretizar tais propósitos práticos⁴.

Quanto à **dimensão abrangência**, no seu primeiro ano de funcionamento (1997), o Programa Moto Perpétuo chegou até escolas de três estados brasileiros (São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais), além do Distrito Federal. No ano seguinte (1998) foram incorporados os seguintes estados: Bahia, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Espírito Santo. Em 1999, acresceram-se aos anteriores os estados de Goiás, Mato Grosso do Sul, Pernambuco e Ceará. Sucessivamente, até 2001, último ano de funcionamento do Programa, incluíram-se também Amazonas, Pará, Maranhão, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Bahia, Goiás e Mato Grosso.

Frente à diversidade do universo escolar brasileiro, os responsáveis pelo Moto Perpétuo afirmaram que o Programa "[...] demonstrou claramente a sua preocupação em atender todo o universo de ensino, priorizando as escolas mais carentes em materiais e equipamentos sem excluir aquelas que dispõem de melhores condições." (CCFE, 2000, p.9). Soma-se a essa a afirmação a de que o Programa beneficiara 60% estudantes de escolas públicas e 40% estudantes de escolas privadas. Nesse sentido, o Moto Perpétuo estaria "[...]

⁴ Importante enfatizar que se faz referência às versões dos materiais produzidos e distribuídos no período 1997-1999. Ainda que, a partir do ano 2000, os materiais do Programa tenham sofrido uma significativa reformulação, sob a perspectiva deste estudo de caso, o enfoque nas primeiras versões dos materiais justifica-se, pois: a) do total de kits distribuídos às escolas, a maior parcela pertence a esse grupo de primeiras tiragens; b) no âmbito político, foram os materiais da primeira versão àqueles tomados como referência para o estabelecimento das relações entre iniciativa privada (Fiat) e poder público (governo federal), resultando na atribuição da chancela do MEC ao Programa.

priorizando as escolas mais carentes em materiais e equipamentos sem excluir aquelas que dispõem de melhores condições.” (CCFE, 2000, p.9) Até o ano 2000 – data limite de que se dispõe de dados discriminados –, o Programa atingiu – somando Ensino Fundamental e Ensino Médio – 6.398 escolas privadas e 10.918 escolas públicas. Quando comparado ao universo total de escolas públicas e privadas brasileiras, no entanto, verifica-se que a relação 60% - 40%, tomada como princípio de “equidade”, implica enorme favorecimento no atendimento às escolas privadas, já que a rede pública nacional respondia à época por 91,17% dos alunos do Ensino Fundamental e aproximadamente 82% do Ensino Médio, enquanto a rede privada seria responsável por apenas 8,83% dos alunos do Ensino Fundamental e por aproximadamente 18% do Ensino Médio (BRASIL, 1999). O modelo de distribuição adotado pelo Programa nega, portanto, a lógica anunciada de justiça distributiva entre escolas públicas e particulares.

Escolheram-se ainda, a título de exemplo, as diferenciações no atendimento dispensado às regiões Sudeste e Nordeste pela semelhança no número de matrículas no Ensino Fundamental, respectivamente 13.187.969 e 12.492.156 (BRASIL, 1999). Na região Sudeste, foram atendidas 10.121 escolas (58,44% do total atendido) enquanto na região Nordeste somente 1.851 escolas (10,68% do total atendido).

Dos estados do Nordeste atendidos pelo Programa, a Bahia é uma exceção. Incluída entre os seis estados que receberam mais kits, teve 17,65% dos seus estudantes de Ensino Fundamental e Médio atingidos pelo Programa (742.614 estudantes de um total de 4.207.281). Os estados do Ceará e Pernambuco (os únicos outros dois da região Nordeste para os quais se dispõe de dados discriminados) tiveram, respectivamente, 7,32% e 12,48% do total de seus estudantes de Ensino Médio e Fundamental beneficiados. Evidenciando o contraste já apontado, a taxa de atendimento, na região Sudeste, aos estudantes do Ensino Fundamental e Médio foi a seguinte: Espírito Santo, 46,9%; Minas Gerais, 34,70%; Rio de Janeiro, 26,86% e São Paulo, 33,26%.

Considerou-se ainda nas análises o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Com exceção do estado da Bahia, onde o IDH era de 0,655 na época, em todos os outros cinco estados que obtiveram a maior atenção do Moto Perpétuo, o Índice estava acima da média nacional, que era de 0,739 (Minas Gerais 0,823; Paraná 0,827; Rio de Janeiro 0,844; Rio Grande do Sul 0,869; São Paulo 0,868 - IBGE/INEP, dados relativos a 1996).

No intuito de complementar esta análise e verificar a presença de outras lógicas definidoras da abrangência, confrontaram-se os dados de distribuição dos materiais do Moto Perpétuo com o PIB (Produto Interno Bruto) e a população das unidades da Federação. Pôde-

se perceber que 82,3% (13.999) das escolas atendidas pelo Programa pertencem a seis estados (Bahia, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo) que, juntos, respondem por 73,93% do PIB nacional (IBGE, 2001). São, portanto, os estados mais ricos da federação.

Todos esses seis estados juntos respondem por 58,18% da população total do país (IBGE, 2001), fato que poderia, em termos, justificar a maior atenção do Programa para com eles. No entanto, numa análise mais pormenorizada, verifica-se novamente que o PIB parece ter sido fator determinante para a escolha dos estados a serem atendidos. Isso justificaria a exclusão de estados como o Maranhão e o Pará, por exemplo, que possuíam 3,33% e 3,65% da população nacional, respectivamente. Quando comparados com um estado com população semelhante atendido pelo Programa, como é o caso do estado do Paraná (3,65%), verifica-se uma acentuada distorção, acrescida pelo fato de os dois primeiros deterem IDH consideravelmente inferior (Maranhão: 0,786; Pará: 0,703; Paraná: 0,847). Fator que acirra essa distorção é o fato de o Paraná ter sido o terceiro estado mais atendido pelo Programa: teve 1.779 escolas beneficiadas, perdendo apenas para os estados de Minas Gerais (2.956 escolas) e São Paulo (4.981 escolas).

Na **dimensão recursos financeiros**, constatou-se que foram investidos aproximadamente R\$ 10 milhões durante os cinco anos de existência do Moto Perpétuo. Esse é um valor que chama a atenção, considerando-se tratar de uma "ação social" de origem privada. Para um melhor dimensionamento, entendeu-se que essa cifra deveria ser colocada frente a outros parâmetros.

Matéria publicada na revista Isto É (26/3/2003) informa que R\$ 10 milhões seria o custo estimado para uma campanha de dois meses de duração, composta por três anúncios impressos e quatro peças para televisão.

Frente aos custos referentes à divulgação na imprensa escrita – um dos veículos por excelência no qual repercutira o Moto Perpétuo - obtiveram-se valores referentes a preços de anúncios em algumas das principais publicações brasileiras. Dividindo-se o custo do Moto Perpétuo (R\$ 10 milhões) pelos valores médios de algumas das principais revistas da Editora Abril - valores médios de anúncios tomando-se como referência 10 das principais revistas da Editora: R\$ 59.200,00 (página inteira), R\$ 39.778,00 (meia página) - conclui-se que o valor gasto com o Programa seria suficiente para compra de espaço publicitário que varia entre 169 a 365 páginas, conforme a publicação. Essa constatação é complementada pela análise presente na **dimensão repercussão**.

Em termos de imagem, como aferir os resultados desse investimento da Fiat realizado ao longo de cinco anos? O responsável na época pelo Programa, um ex-diretor da Fiat, que se refere ao que se convencionou chamar mídia espontânea, afirma:

[...] il riconoscimento di Fiat come 'impresa cittadina' da parte dell'opinione pubblica, dimostrato dai più di 50.000 cm² di articoli pubblicati nel 1999 sulla stampa nazionale [Brasil] [...]. (UNA STORIA..., [19-], p.25).

E o que são 50.000 cm² de artigos? Tomando-se como média uma página no formato de 18 x 23 centímetros (tamanho médio das revistas semanais de circulação nacional), chega-se à superfície de texto (já descontadas as margens) aproximada de 400 cm². Portanto, 50.000 cm² de artigos significam (cálculo: 50.000 ÷ 400) 120 páginas em formato de uma revista. O fato de tratar-se de uma referência relativa a apenas o ano de 1999, torna esses números bastante significativos.

Confrontando-se esse volume de páginas com o valor obtido quando da confrontação do custo do Programa com o custo das publicações da Editora Abril, pode-se concluir que apenas no ano de 1999 a iniciativa da Fiat significou um retorno em propaganda gratuita equivalente à metade de todos os recursos investidos ao longo dos cinco anos no Moto Perpétuo, já que aproximadamente 80 páginas de publicidade "não espontânea" custariam em torno de R\$ 5 milhões.

Na **dimensão sustentabilidade**, depoimentos tomados ressaltam a forma súbita do término do Programa, confirmando uma crítica relativamente comum que aponta o caráter ocasional de muitos programas e projetos - que podem tanto se iniciar como terminar segundo a vontade de seus promotores -, numa lógica distinta daquela das necessidades e expectativas do público envolvido.

Conclusões

Apesar do amplo alcance do Programa Moto Perpétuo, base na qual seus promotores se apoiaram para afirmar tratar-se da maior parceria da iniciativa privada com o governo federal dentro do *Acorda Brasil! Está na hora da Escola* - programa do Ministério da Educação dedicado a estimular a participação da iniciativa privada através de ações em prol da educação - não havia, até a realização da pesquisa que fundamenta o presente artigo,

nenhum estudo que demonstrasse os efeitos práticos daquela ação, seja na melhoria da educação, seja nas implicações de um redimensionamento das esferas pública e privada.

Mediante informações obtidas com a realização de entrevistas e pelo levantamento e exame dos poucos documentos disponíveis, procurou-se analisar o Programa. Como se pode perceber pelos aspectos abordados neste artigo e atinentes as dimensões **Pedagógica** e **Abrangência**, uma série de outros elementos externos ao objeto estudado foram usados para a construção de parâmetros que melhor situassem sua posição frente a uma realidade complexa, revelando incongruências.

Um exemplo disso refere-se ao atendimento privilegiado do Programa dispensado a alguns estados. Verificou-se que 82,3% (13.999) das escolas atendidas pelo Programa pertenciam aos estados Bahia, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul. Sob a perspectiva da produção de automóveis, é exatamente nestes estados em que estava instalada a quase totalidade das unidades produtivas em território nacional naquele período. Entre outros aspectos, estes seis estados respondiam também, juntos, por 73,93% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional, sendo, portanto, os estados mais ricos da Federação.

Na **dimensão Pedagógica**, chamou à atenção a baixa qualidade dos materiais do Programa em sua primeira versão, já que foram estes os apresentados ao MEC, visando à obtenção da chancela do órgão, posteriormente exibida nas capas das suas sucessivas edições.

No conjunto de informações levantadas pelo cruzamento de diferentes fontes de informação e dados, pode-se afirmar que, como um exemplo da atuação privada junto ao setor público, as correntes expectativas da eficiência de gestão e transferência de recursos em quantidade e qualidade suficientes não se concretizaram com o Moto Perpétuo. Não obstante, os números sobre o Programa que foram divulgados (alunos e escolas beneficiadas e montante de recursos investidos), comparativamente altos diante de outras iniciativas deste tipo e revestidos de um discurso apoiado num caráter de “iniciativa social”, foram componentes do êxito na construção de uma imagem positiva por parte dos promotores dessa ação junto a setores da opinião pública.

Na somatória do que se expôs acima, foi possível mostrar que prevaleceram interesses de ordem comercial em detrimento das motivações de ajuda à educação. Apesar de não se poder afirmar que a iniciativa tenha resultado num avanço privado redefinidor do caráter público dos sistemas estadual e municipal de ensino atingidos pelo Programa, há indícios de que a implementação do Moto Perpétuo esteve condicionada pelas relações público (governo federal) – privado (empresa do setor automobilístico), representando um inédito capítulo

centrado na “educação”, frente a um panorama no qual sobressaem historicamente acordos de ajuda mútua de caráter político-econômico entre Estado e iniciativa privada empresarial.

**CORPORATE INITIATIVE AND PUBLIC EDUCATION:
METHODOLOGICAL CONTRIBUTIONS TO THE ANALYSIS OF DIFFUSE
OBJECTS OF RESEARCH IN THE FIELD OF POLICY AND MANAGEMENT
EDUCATION**

ABSTRACT: *Provides elements for a reflection on methodological strategies in the face of objects of study that prove difficult to approach. Through a case study in education, seeks to show that difficulties in obtaining information and data have been overcome by using an analytical model developed. It is shown that its use allowed inferences broader and reveal hidden inconsistencies in discussions on public and private education. Intended to assist reflection on qualitative research methods for those who deal with such studies. Concludes that the current expectations of management efficiency and transfer of resources sufficient quantity and quality have not materialized with a private enterprise under public education, even if we have succeeded in building a positive image by the promoters of this action with the sectors of public opinion. Prevailing trade policy interests at the expense of the motivations declared the initiative of aid to education, and even can not be said that the initiative has resulted in a private redefined the public character of the systems affected, there is evidence that its implementation represents a unique chapter focused "education", compared to a scenario in which stand out historically mutual aid agreements of a political-economic development between state and private enterprise.*

KEYWORDS: *Qualitative research. Methodology. Public-private.*

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério da Educação. **Documento Básico do PNLD: Programa Nacional do Livro Didático** (1997). Brasília, 1997.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Censo Educacional**. Brasília, 1999.
- CARTA aos Educadores. São Paulo: La Fabbrica do Brasil, 2000.
- CENTRO DE COORDENAÇÃO FIAT PARA ESCOLA [CCFE]. **Documento Preparado para Secretaria Estadual de Educação de São Paulo**. São Paulo: La Fabbrica do Brasil, 2000.
- GIGLIO, C. M. B.; GHANEM JUNIOR, E. G. G.; MADEIRA, V. L. S. Integrar por la educación. In: NEIROTTI, N.; POGGI, M. (Org.). **Evaluación de proyectos de desarrollo educativo local: aprendiendo juntos en el proceso de autoevaluación**. Buenos Aires: IPE Unesco, 2004. p.177-207.
- IBGE. **Censo Demográfico 2000**. Rio de Janeiro, 2001.

UNA storia in crescendo. Milão: La Fabbrica SRL, [19-].

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

CARTA aos Educadores. São Paulo: La Fabbrica do Brasil, 2001.

GONÇALVES, O. J. **Iniciativa privada na Educação Pública**: a Fiat e o Programa Moto Perpétuo. 2004. 133f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, 2004.