

ESPECIAL Ensino Médio



Sua escola
é uma
campeã
de
audiência?

Pesquisa desenvolve um
novo indicador que ajuda
a entender os desafios
enfrentados pelo Ensino Médio



Jovem de Futuro

TORNA-SE POLÍTICA PÚBLICA



Em 2012, o Projeto Jovem de Futuro passará a ser uma política pública dos seguintes Estados: Ceará, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Goiás, Pará e São Paulo.

Esta ação, a ser desenvolvida sob coordenação das Secretarias de Estado de Educação, é fruto da integração do Ensino Médio Inovador – projeto do MEC – com o Projeto Jovem de Futuro – iniciativa do Instituto Unibanco.

O objetivo é aumentar significativamente o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) do Ensino Médio do país.

Uma iniciativa para dar a virada no Ensino Médio Público do Brasil!

www.institutounibanco.org.br

 **Instituto**
UNIBANCO

APRESENTAÇÃO

Mais elementos para **reflexão** e **ação**



PEDRO MOREIRA SALLES
Presidente do Conselho de
Administração do Instituto Unibanco

Esta pesquisa*, promovida pelo Instituto Unibanco, cria um novo e importante indicador para o entendimento dos desafios enfrentados pela educação média brasileira: o índice de audiência. Um dado originado da combinação entre as oportunidades de ensinar ofertadas pela escola e as oportunidades de aprender, representadas pela efetiva presença dos alunos.

Por meio deste indicador é possível identificar comportamentos relevantes e nortear a apuração dos motivos que levam a eles. Este encarte apresenta a forma como a metodologia foi desenvolvida e explica como ela pode ser aplicada em qualquer instituição de ensino. Além disso, traz sugestões de reconhecidos especialistas sobre como ampliar a audiência no Ensino Médio.

Ao apoiar esta publicação, o Instituto Unibanco confirma seu compromisso de promover a produção e disseminar informações que contribuam para melhorar a qualidade da escola pública nacional.

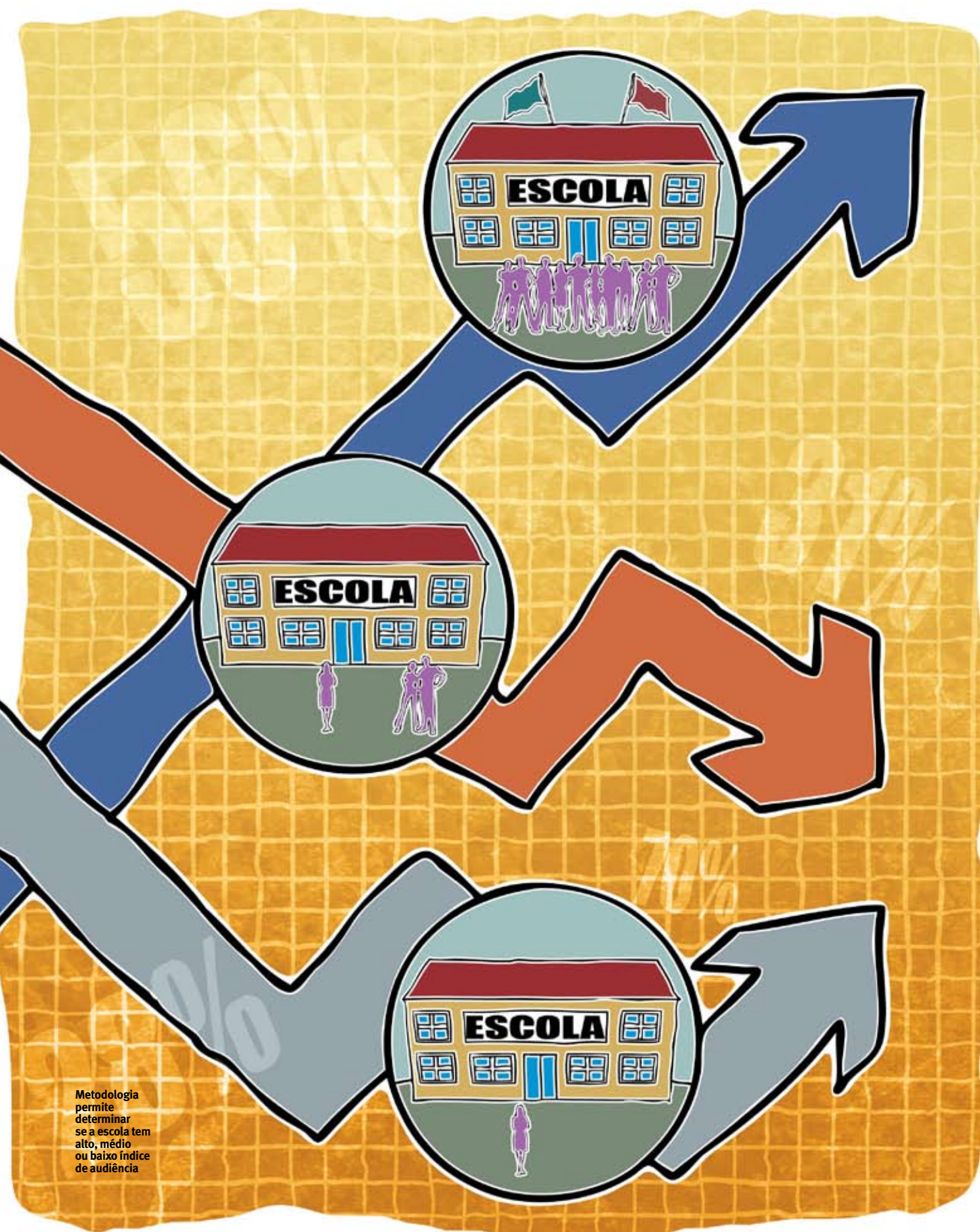
*Pesquisa: A Audiência no Ensino Médio. Autores: Ana Lucia Lima e Helio Gastaldi, do Instituto Paulo Montenegro. Coordenação da pesquisa: Patrícia Pavanelli. Coordenação da pesquisa de campo: Lúcia Souza.

EDUCAR
PARA CRESCER

Conteúdo publicitário produzido pelo Educar Para Crescer, da Editora Abril, sob encomenda do Instituto Unibanco. COLABORARAM NESTA EDIÇÃO: Luciana Fleury (edição); Daniel Waismann, Lígia Menezes e Marina Passos de Azaredo (reportagem); Bianca Albert (revisão); Luca Fernandes (edição de arte); Maurício Melo (ilustrações).

 **Instituto**
UNIBANCO

Presidência: Pedro Moreira Salles; **Vice-Presidência:** Pedro Sampaio Malan; **Conselho:** Antonio Matias, Cláudio de Moura Castro, Cláudio Luiz da Silva Haddad, Marcos de Barros Lisboa, Ricardo Paes de Barros, Thomas Souto Corrêa Netto, Tomas Tomislav Antonin Zinner; **Diretoria Executiva:** Fernando Marsella Chacon Ruiz, José Castro Araújo Rudge, Leila Cristiane B. B. Melo, Marcelo Luis Ortice; **Superintendência:** Wanda Engel Aduan; **Gerência de Administração e Finanças:** Fábio Santiago; **Gerência de Projetos Sociais:** Vanderson Berbat; **Gerência de Assuntos Estratégicos:** Camila Iwasaki; **Coordenação Nacional de Tecnologias:** Graciete Nascimento; **Coordenação Nacional de Metodologias:** Juliana Irani do Amaral; **Assessoria de Comunicação:** Ana Castanho; **Assessoria de Voluntariado:** Fabiana Mussato; **Assessoria de Administração e Finanças:** Gleise Alves Silva.



O “IBOPE” do Ensino Médio

Pesquisa desenvolve metodologia de medição de audiência no ambiente educacional

Se o Ensino Médio fosse um programa de televisão, como seria sua audiência?

A partir da proposição da medição da audiência do Ensino Médio, idealizada pelo pesquisador Ricardo Paes de Barros e fomentada pelo Instituto Unibanco, os pesquisadores do Ibope traçaram um paralelo entre os meios de comunicação e o contexto educacional para responder a esta pergunta.

Assim, a relação entre programação e telespectadores transformou-se em uma análise das **Oportunidades de Ensinar** (professores dando aula) e das **Oportunidades de Aprender** (alunos presentes em sala de aula), resultando em um novo indicador: o **Índice de Audiência Escolar**. Da mesma forma que ocorre na

“Conhecer sua audiência **permite à escola criar planos de ação mais efetivos para ampliar a presença** de alunos e professores em sala de aula”

ANA LUCIA LIMA, PESQUISADORA
DO INSTITUTO PAULO MONTENEGRO

PROBLEMAS QUANTIFICADOS

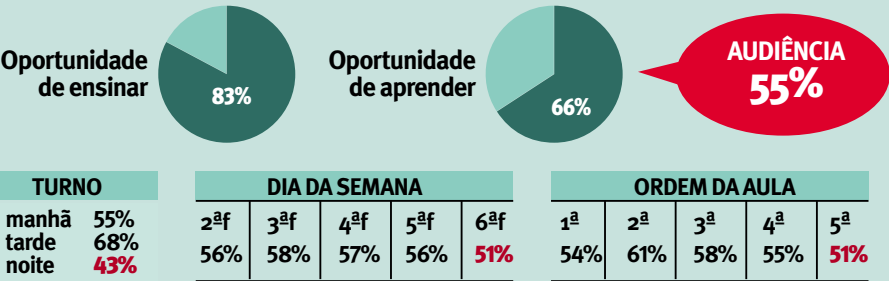
Ao testar a metodologia desenvolvida na pesquisa em 36 turmas do Ensino Médio regular de 18 escolas de três grandes regiões metropolitanas, os autores perceberam que era possível separar os colégios em três grupos, de acordo a média de seus resultados: Alta Audiência (Grupo 1), Média Audiência (Grupo 2) e Baixa Audiência (Grupo 3).

Apesar de a base restrita do levantamento não permitir extrapolar as conclusões, quando se observam os índices de audiência por fatores como série, turno, dia da semana e ordem da aula, alguns dados chamam

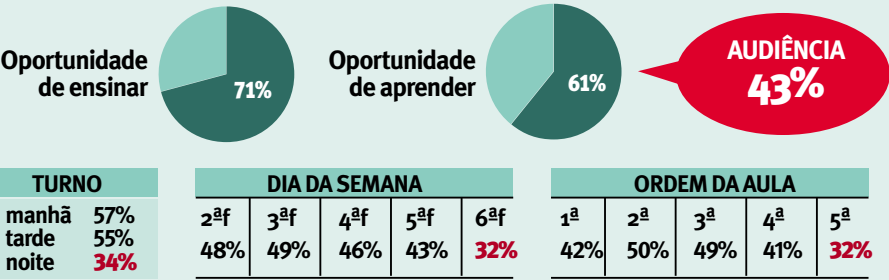
- a atenção. A saber:
- ✓ O período noturno é o que apresenta menor audiência nos três grupos estudados.
 - ✓ Sexta-feira é o dia da semana com a menor audiência em todos os grupos, com uma considerável diferença para o segundo pior dia da semana, quinta-feira.
 - ✓ A última aula do dia é a que possui a pior audiência dentre as demais.

VALE RESSALTAR: No Grupo 1 entre 93% e 95% das aulas previstas foram dadas, mostrando que é possível ter escolas públicas com alto índice de aulas efetivas.

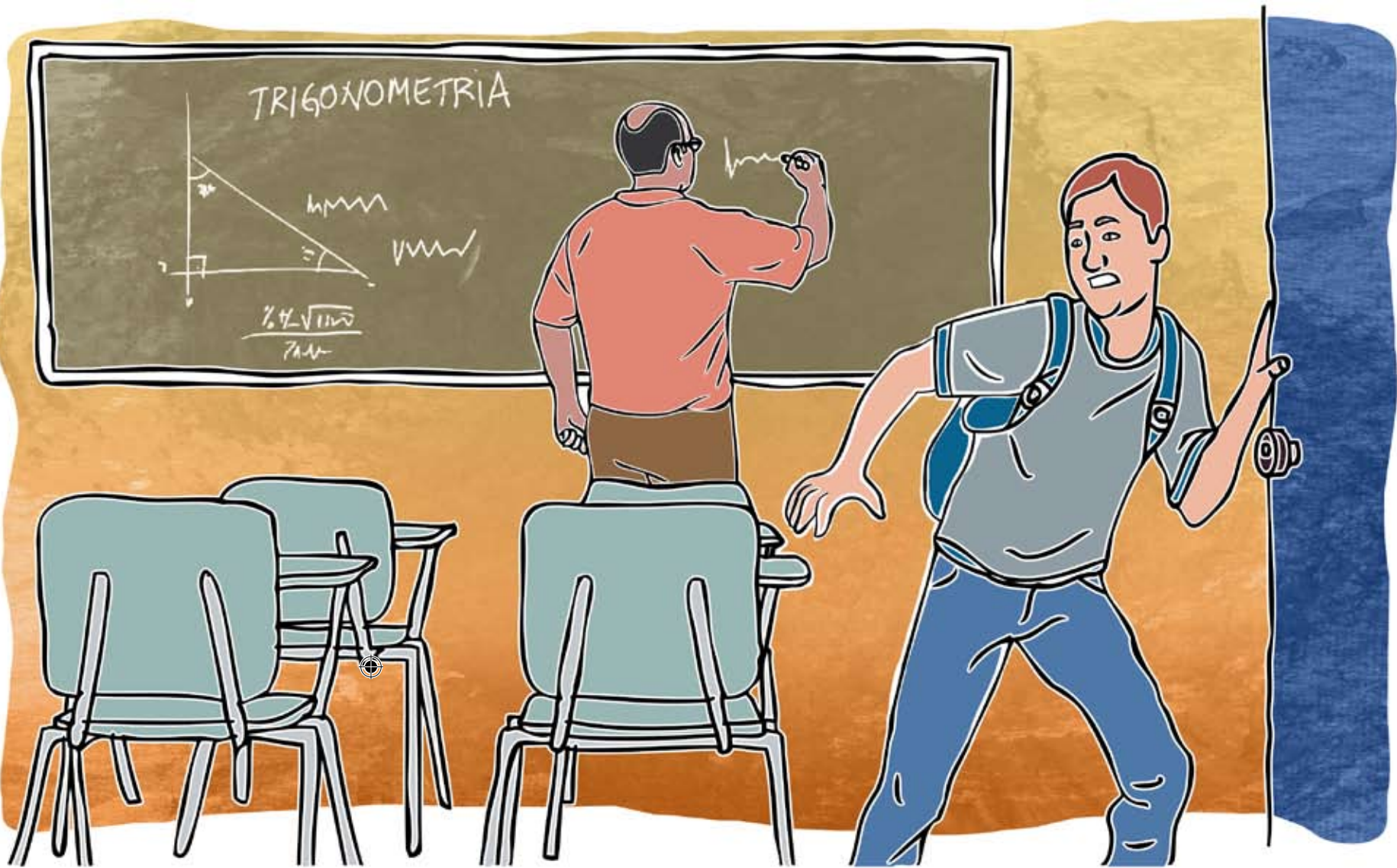
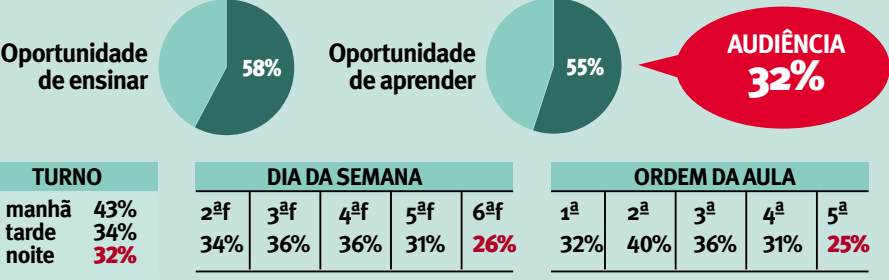
GRUPO 1: ALTA AUDIÊNCIA



GRUPO 2: MÉDIA AUDIÊNCIA



GRUPO 3: BAIXA AUDIÊNCIA



A aplicação em massa do indicador possibilitaria analisar quais fatores contribuem para a alta audiência e replicá-los em escolas com menor índice de efetivação de aulas e alta ausência de alunos

Indicador ajuda a identificar em quais situações há menor presença de alunos em sala de aula

TV, com ele é possível identificar os fatores escolares “campeões de audiência” e aqueles que não atraem a atenção do público. Para determinar o Índice de Audiência Escolar é preciso realizar um monitoramento do que ocorre em sala de aula, com anotações de dados simples e fáceis de serem observados, e compará-lo com o que estava previsto de acordo com o calendário escolar e com o total de alunos matriculados. A aplicação prática não é complexa e pode ser feita por qualquer instituição de ensino (veja passo a passo nas páginas 8 e 9). A grande vantagem de a escola descobrir seu ibope está nas iniciativas que pode tomar para melhorá-lo. “Ao aplicar a metodologia em sua realidade e identificar os pontos mais frágeis, a escola pode desenvolver planos de ação para combatê-los. Esta é, também, uma

forma estruturada de medir a eficácia do que foi implementado, bastando refazer o levantamento posteriormente”, defende Ana Lucia Lima, coordenadora da pesquisa capitaneada pelo Instituto Unibanco e intitulada “A Audiência no Ensino Médio”. Além disso, se o uso deste indicador se popularizar entre as escolas brasileiras, será possível compartilhar experiências, verificar quais os elementos que contribuem para uma maior audiência e como eles podem ser replicados. E qual o papel do professor nesta questão? Ter assiduidade, sem dúvida, e ajudar a escola no esforço pela frequência de todo o corpo docente. Mais ainda, enxergar cada minuto como uma real “oportunidade de ensinar” e não desperdiçá-la. As aulas devem começar no horário previsto e durar o tempo determinado. Rigorosamente.

COMO DESCOBRIR A AUDIÊNCIA EM SUA ESCOLA

*Instituição Fictícia

É possível aplicar a metodologia desenvolvida pelos pesquisadores em qualquer instituição de ensino e encontrar seu índice de audiência. Confira o passo a passo:

PASSO 1 | DEFINIÇÃO DO PERÍODO E DAS TURMAS DE MONITORAMENTO

METODOLOGIA

Para abranger todas as diferentes ocorrências da escola, o ideal é realizar o monitoramento por dois meses completos, um no primeiro semestre e outro no segundo. As turmas monitoradas devem representar de forma proporcional o total.

EXEMPLO: A Escola Estadual de Ensino Médio Referência* possui 24 turmas, quatro de cada série, com um total de 1.064 alunos matriculados. São doze turmas no período matutino, oito no vespertino e quatro no noturno. A instituição decidiu realizar o monitoramento nos meses de abril (19 dias letivos) e outubro (20 dias letivos). Para manter a proporcionalidade da amostra, serão monitoradas três turmas do matutino, duas do vespertino e uma do noturno, respeitando também a proporcionalidade de como se dão as séries. Isto representa um total de 266 alunos matriculados nas classes que serão analisadas, o que significa uma média de 44 estudantes por sala.

PASSO 2 | CÁLCULO DO POTENCIAL DE OPORTUNIDADES DE ENSINAR E DE APRENDER

METODOLOGIA

O potencial de oportunidades de ensinar será o total de minutos de aulas previsto no mês a ser monitorado. E o potencial de oportunidades de aprender é o número de alunos matriculados em cada turma monitorada.

EXEMPLO: Na Escola Referência* estão previstas 5 aulas de 50 minutos cada, de segunda a sexta-feira. Assim, nos meses monitorados, temos 58.500 minutos potenciais de aula (5 aulas X 50 minutos X 19 dias X 6 turmas monitoradas + 5 aulas X 50 minutos X 20 dias X 6 turmas monitoradas). Desta forma, o potencial de oportunidades de ensinar é de 58.500 minutos e o potencial de oportunidades de aprender é de 266 alunos (total de matriculados nas classes analisadas).

PASSO 3 | MONITORAMENTO DAS AULAS

METODOLOGIA

Um observador permanece dentro da sala de aula e registra:

- ✓ **Se a aula de fato ocorreu**
São consideradas aulas efetivadas: aulas expositivas; provas; atividades na escola (laboratório, trabalho em grupos, vídeos, palestras etc.); atividades fora da escola (passeios educativos). São consideradas aulas não efetivadas: ausência de professor (falta, dispensa, ausência de contratado); falta coletiva dos alunos; greve de professores; outras atividades do professor (conselho de classe, reuniões de pais etc.); passeios a lazer.
- ✓ **Número de alunos presentes no início e no final da aula**
Usa-se a média entre os dois valores para determinar quantos alunos estavam em sala.
- ✓ **Horário de início e de término**
São registrados o momento efetivo em que o professor se dirige aos alunos após entrar na sala e aquele em que ele deixa a sala, respectivamente. E daí se tem o total de minutos efetivamente utilizado para a aula.
- ✓ **Dados da aula: turno, série, dia da semana, ordem da aula, disciplina**
Estas informações não fazem parte do cálculo da audiência geral, mas servem para avaliar a audiência de determinada matéria, por exemplo.

EXEMPLO:

Ao fim do levantamento na Escola Referência*, foram registrados:

Total de aulas monitoradas: 1.170.

Total de aulas efetivas: 819.

Média de duração das aulas: 44 minutos.

Total de minutos efetivos: 36.036.

Média de alunos presentes: 38 por aula.

PASSO 4 | PARÂMETROS

METODOLOGIA

Com os dados recolhidos, é preciso calcular:

✓ **As oportunidades de ensinar =**

$$\frac{\text{Total de minutos efetivamente utilizado para a aula}}{\text{Total do tempo previsto de todas as aulas monitoradas}}$$

✓ **As oportunidades de aprender =**

$$\frac{\text{Média de alunos presentes nas aulas}}{\text{Alunos matriculados na turma monitorada}}$$

EXEMPLO: Desta forma, na Escola Referência*:

$$\frac{\text{✓ oportunidades de ensinar}}{\frac{36.036 \text{ minutos efetivos}}{58.500 \text{ minutos potenciais}}} = 0,61$$

$$\frac{\text{✓ oportunidades de aprender}}{\frac{38 \text{ alunos presentes (média)}}{44 \text{ alunos matriculados}}} = 0,86$$

PASSO 5 | CÁLCULO DA AUDIÊNCIA

METODOLOGIA

Com os dois fatores, chega-se à audiência, que é resultante do percentual das oportunidades de ensinar multiplicado pelo percentual de oportunidades de aprender.

✓ **A Audiência =**

$$\% \text{ das oportunidades de ensinar} \times \% \text{ das oportunidades de aprender}$$

EXEMPLO: Assim, na Escola Estadual de Ensino Médio Referência*:

$$61\% \times 86\% = 52\%$$

Ou seja, a escola tem 52 pontos de audiência

O mesmo cálculo realizado para a obtenção da audiência geral pode (e deve) ser feito para determinar a audiência por período, disciplina, série etc.





É preciso reconhecer e premiar professores com maior nível de frequência às aulas

Como reter PROFESSORES

Especialistas apontam ações para aumentar a assiduidade dos docentes

Sugestões de Francisco Soares, professor da Universidade Federal de Minas Gerais, e Ricardo Paes de Barros, subsecretário da Secretaria de Assuntos estratégicos da Presidência da República

- ✓ **Premiar os mais assíduos.** É preciso valorizar e reconhecer os docentes que faltam menos, cumprem a sua carga horária e se mostram comprometidos com o trabalho.
- ✓ **Garantir salários dignos.** Os governos precisam fazer sua parte, oferecendo salários compatíveis com a importância da função do professor. Muitos estados e municípios alegam falta de recursos e não pagam o piso salarial da categoria previsto em Lei.
- ✓ **Manter abertos canais de comunicação para reivindicações.** Para evitar greves, que prejudicam os alunos, é preciso criar espaços para o debate efetivo das questões docentes.
- ✓ **Reduzir a quantidade de atividades que ocupam o horário das aulas.** Conselhos e reuniões precisam ser realizados, mas é importante verificar se não estão ocupando mais tempo do que deveriam na carga horária da escola.
- ✓ **Ter um sistema mais rígido de controle das faltas.** É preciso combater faltas desnecessárias. O efeito danoso no aluno é duplo: a falta do docente induz os jovens a fazer o mesmo e impacta diretamente no desempenho dos alunos. Um estudo realizado pela Secretaria de Estado da Educação de São Paulo em 2009 aponta que o aumento das faltas dos professores da rede estadual tem relação direta com a dificuldade de aprendizado dos estudantes.

“Criou-se no Brasil um círculo vicioso. **Salários baixos geram falta de comprometimento, que leva a uma escola pouco respeitada** e na qual não se investe. É preciso mais salário, junto com mais cobrança e premiação pelos resultados”

FRANCISCO SOARES, PROFESSOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS



Para envolver OS ALUNOS Como garantir a presença dos jovens na sala de aula

Sugestões de Francisco Soares, professor da Universidade Federal de Minas Gerais, e Ricardo Paes de Barros, subsecretário da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República

- ✓ **Mudar o currículo do Ensino Médio.** A escola precisa se tornar mais relevante e instigante para o jovem, que não a frequenta por não ser vista como algo útil ou atraente. Há diversas propostas em discussão, mas ainda não se chegou a um acordo sobre como isso deve ser feito.
- ✓ **Desenvolver um programa de tutoria no turno complementar.** Muitos alunos faltam porque estão com dificuldade para assimilar o conteúdo e não conseguem acompanhar as aulas.
- ✓ **Mostrar para os alunos o sentido da escola.** Muitos alunos faltam porque estão cansados e não veem sentido na escola, não entendem a sua importância, já que ela parece não fazer diferença nas suas vidas. Uma forma de ajudar é criar um ciclo de debates com

cia da escola para o futuro, podem reduzir o número de faltas.

ex-alunos que falem sobre como a escola foi importante para as suas vidas, embora muitos só tenham percebido isso depois.

- ✓ **Melhorar a qualidade da escola.** Uma escola melhor, com bons professores e ambiente agradável, retém os seus alunos e faz com que eles tenham vontade de frequentá-la. Missão para os gestores, que têm o papel de transformar a escola em um lugar melhor com os recursos disponibilizados pelo governo, mesmo que muitas vezes eles pareçam insuficientes. Planejamento e organização podem fazer pequenos milagres.

“

Se a escola tivesse um sistema de aconselhamento, **poderia identificar os motivos pelos quais os alunos faltam** e ajudá-los a resolver o problema”

RICARDO PAES DE BARROS, SUBSECRETÁRIO DA SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Um turno OBSCURO

As dicas dos especialistas para combater a baixa audiência no período noturno

Análises e sugestões de João Cardoso Palma Filho, secretário adjunto da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, e Claudio de Moura Castro, economista, especialista em Educação

O Ensino Médio noturno vive espremido em dificuldades, especialmente nos grandes centros urbanos. O trânsito impede a chegada dos alunos e professores à primeira aula e a baixa oferta de transporte e falta de segurança pública reduzem a turma presente no último horário.

Além disso, o cansaço e a má alimentação quase inerentes a este período diminuem o rendimento tanto para quem tem de se concentrar para aprender quanto para quem ensina.

É considerado um mal necessário já que sua existência se justifica para alunos que, pelo alto índice de repetência e abandono das séries anteriores, chegam mais tarde a esta etapa da formação básica e precisam conciliar trabalho e estudo. Porém, pesquisas mostram que apenas metade dos alunos que estudam à noite trabalha.

Os especialistas sugerem iniciativas para diminuir as faltas de alunos e professores neste turno:

✓ **Ampliar a oferta de vagas para o período matutino e vespertino.** Em geral, o jovem irá preferir estudar à noite perto de casa do que de dia em um local afastado.

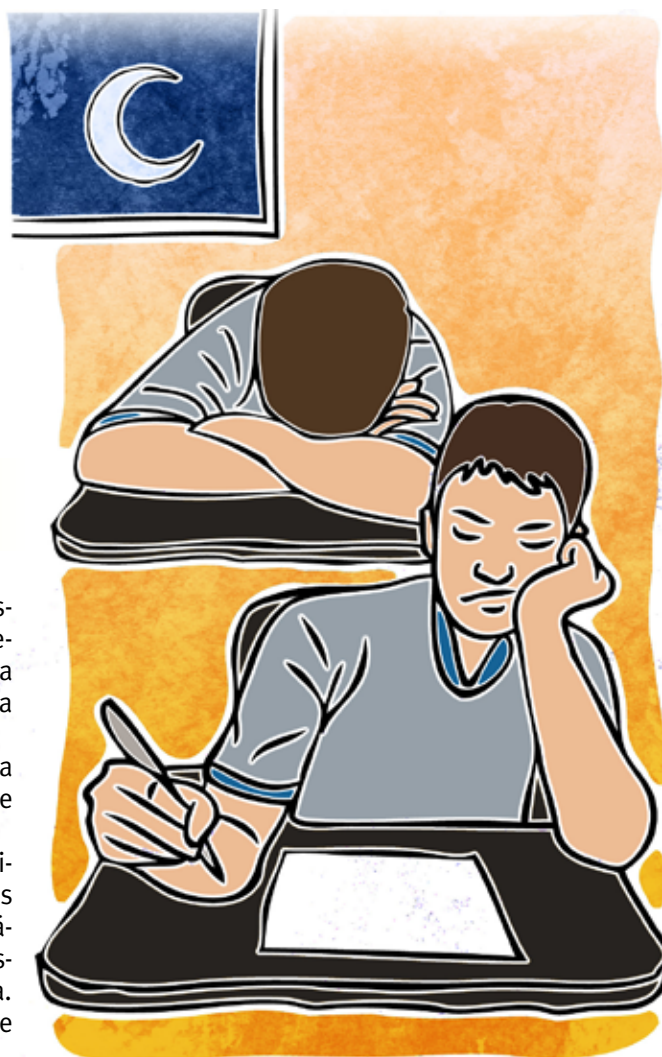
✓ **Adequar estrutura, conteúdos e linguagem para um público mais velho.** Os males nascidos da falta de objetividade do currículo afetam o Ensino Médio como um todo, mas se agravam no noturno, pois alunos mais maduros e com vivência em trabalho

são atraídos por questões práticas. Até mesmo carteiras deveriam ser adequadas a este público.

✓ **Aplicar remuneração extra para os professores que lecionam à noite,** como compensação pelo maior esforço.

✓ **Reservar o período noturno apenas para quem realmente trabalha.** Esta medida direcionaria o jovem que não tem real necessidade de estudar à noite para os demais turnos.

Curso noturno deveria ser exceção e direcionado a quem não pode estudar de dia



“Em países minimamente avançados, o Ensino Médio se dá apenas durante o dia, quando há um rendimento melhor de alunos e professores”

CLAUDIO DE MOURA CASTRO, ECONOMISTA, ESPECIALISTA EM EDUCAÇÃO

Confirmados para o HAPPY HOUR

Intervalo de 40 minutos e cardápio diferenciado constituem estratégia de escola para ampliar a presença de alunos às sextas-feiras

É sexta-feira, são nove horas da noite. O burburinho geralmente estaria acontecendo no barzinho mais próximo, mas o local da animação é mesmo o pátio da Escola Estadual Vila Dirce II, que fica em Carapicuíba-SP. Cansadas de ver as salas do último dia da semana cada vez mais vazias, direção e coordenação resolveram trazer o tão frequentado happy hour para dentro do colégio.

“Incrementamos a merenda, ampliamos o intervalo para 40 minutos, colocamos músicas animadas e incentivamos a interação dos alunos”, descreve a vice-diretora e coordenadora da iniciativa, Josefa Avelino Carvalho do Nascimento. “Nós já ofere-

ceamos batatas gratinadas, cachorro-quente, carne louca, macarronada... Sempre uma coisa barata, mas gostosa”, diz.

O resultado? Desde o começo do ano, quando o projeto foi iniciado, os professores já notaram uma melhora na concentração e no rendimento dos alunos. “O número de faltas na sexta-feira diminuiu, o que levou a um melhor desempenho nas provas. Alunos felizes estudam mais”, sentencia.

Há também um estímulo para garantir a presença dos estudantes nos demais dias da semana: quem tem acima de 80% de frequência ganha ingresso para o cinema, feito conquistado por 142 alunos no segundo bimestre de 2011.

PRESENÇA PREMIADA

Não faltou, ganhou. Esta é a dinâmica do programa de incentivo que desde 2010 vem conseguindo aumentar a frequência dos professores da Escola Estadual Dr. Álvaro de Souza Lima, que fica na cidade de São Paulo. Ao final de cada semestre, docentes que tiveram no máximo uma falta por mês recebem um vale-compras de R\$ 200. A ação vem dando certo. No semestre passado, cinco dos 18 professores foram contemplados. Há também uma premiação anual para os alunos, direcionada a ampliar a frequência: quem tem mais de 85% de presença ganha um vale-compras de R\$ 100. Isso fez aumentar o número de estudantes presentes às sextas-feiras, de 10% para 60%.



Iniciativas simples podem tornar a presença na escola às sextas-feiras mais atrativa para os jovens

Qual a real audiência do Ensino Médio?



WANDA ENGEL
Superintendente-executiva
do Instituto Unibanco

A nossa preocupação

com este tema surgiu a partir da concepção e validação do Projeto Jovem de Futuro. Neste projeto, as escolas se comprometem a implantar um plano de ação voltado para a melhoria do desempenho e diminuição do abandono escolar, recebendo suporte financeiro, técnico e operacional. Os resultados do primeiro ciclo do projeto, ocorrido em 20 escolas públicas da Grande Belo Horizonte e 22 da Grande Porto Alegre, fazem supor que a melhoria do desempenho dos alunos é mais facilmente alcançável do que a diminuição do abandono. Se as escolas participantes conseguiram, em média, garantir que seus alunos aprendessem 50% a mais do que os das escolas não participantes, as taxas de abandono tiveram pouca ou quase nenhuma mudança.

Decidimos investir, então, no desenvolvimento de uma metodologia que pudesse aferir as reais oportunidades de ensinar e aprender numa escola pública de Ensino Médio. Baseado na proposta de Ricardo Paes de Barros, aceitamos o desafio de realizar, em parceria com o Ibope e o Instituto Paulo Montenegro, uma ousada coleta de dados em 18 escolas parceiras do projeto Jovem de Futuro.

Depois de um ano letivo inteiro, chegamos à conclusão de que uma grande parcela das oportunidades de ensinar previstas não é aproveita-

da. A situação “ideal”, em que estão presentes professor e aluno, aquele ensinando e este supostamente aprendendo, ocorre em apenas 58% do tempo nas escolas em pior situação. Alentador é o fato de que existem outras que conseguem aproveitar até 83% das oportunidades de ensinar. Mas, mesmo neste grupo com melhor índice, apenas 66% dos alunos são frequentes.

O mais alarmante é que, no conjunto das escolas de Ensino Médio, estes índices devem ser muito piores. Ocorre que as escolas pesquisadas haviam aderido ao Projeto Jovem de Futuro, demonstrando vontade de mudar, de dar a volta por cima em relação a seus resultados.

Permanece, pois, o desafio de encontrar caminhos para garantir a frequência de professores e alunos, bem como o melhor aproveitamento das oportunidades de aprender. Propostas de expansão da jornada ou de Ensino Médio Integral serão bem sucedidas na medida em que garantam estratégias para seu pleno aproveitamento, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos. Em outras palavras, não adianta aumentar o prato se não tivermos mais e melhor comida a oferecer.

Além de melhorar a atratividade da jornada escolar, é necessário que se criem estratégias para identificar sinais de que o jovem está “com um dos pés na rua” e evitar que o abandono se concretize. Cabe à escola atuar de maneira preventiva. Aconselhamento, tutoria para os alunos com dificuldades acadêmicas, contato com a família, apoio de colegas e interação com serviços públicos locais podem ser alternativas que afetem diretamente os fatores que estão levando nossos jovens a abandonar seus estudos.

Permanece, pois, **o desafio de encontrar caminhos para garantir a frequência de professores e alunos,** bem como o melhor aproveitamento das oportunidades de aprender.

entre jovens

Jovem ensinando jovem

Diminuição da evasão e repetência de alunos do Ensino Médio por meio da correção das deficiências trazidas do Ensino Fundamental. Prática docente para futuros professores de Matemática e Língua Portuguesa.

Conheça mais sobre o Projeto Entre Jovens e os demais projetos do Instituto Unibanco: www.institutounibanco.org.br

 **Instituto UNIBANCO**



Você consegue imaginar a vida em 2033? Muitos jovens de futuro já chegaram lá.

O **Projeto Jovem de Futuro** encerrou seu primeiro ciclo em escolas de Ensino Médio de Minas Gerais e Rio Grande do Sul, mostrando que é possível melhorar o desempenho escolar dos nossos jovens. A equação é simples: o Projeto entra com apoio técnico e 100 reais por aluno ao ano. As escolas entram com a vontade de melhorar. O resultado é surpreendente. Em apenas três anos, os alunos de Porto Alegre atingiram um desempenho em Matemática que só seria alcançado em 2033.

Confira este e outros resultados em:
www.institutounibanco.org.br

 **Instituto
UNIBANCO**

