

PANACÉIA NA EDUCAÇÃO

As escolas e faculdades vivem aquilo que se pode chamar de onda revolucionária.

A panacéia acontece nas estratégias das escolas em busca de clientes. Cada escola transforma seu “modus operante” em função da competição por alunos. Existe uma demanda potencial. Muitos, já maduros, estão voltando aos bancos escolares. Então a oferta das escolas e faculdades cria a perspectiva futura de que o aluno venha a ser premiado com um ensino mais dinâmico dentro de uma nova realidade. Até porque o modelo de ensino, que é o produto delas, tem que ser reposicionado dentro das dimensões qualificadoras. E como tudo “pesa na balança”, muitas destas escolas e faculdades não conseguem se posicionar dentro do mercado. Mas será que a necessidade do mercado se encaixa com esse aluno “feito” dentro do ambiente escolar? Seguindo por outra linha de raciocínio. Existem alguns questionamentos que se fazem necessários. Quanto aos professores com suas ementas. Conseguem entrar nesta dança do crioulo doido. Até onde o ensino promove esse encontro entre o educar ou fazer um profissional adaptado às novas regras de mercado. Existe ainda um atraso, professores e escolas vivem apegados às velhas e surradas teorias. Nada contra, penso também que são necessárias para a fundamentação do que se aprende nas escolas. No entanto, vejo com bons olhos professores que conseguem transformar os conceitos dos livros em casos reais. O aluno de hoje tem diante de si a internet com um mar de informações rápidas e objetivas. Onde as variáveis com as quais nos deparamos são diversas. Onde a tecnologia cresce a passos gigantescos. Onde um ambiente competitivo faz pressão o tempo inteiro. As mudanças dentro do mercado de trabalho fazem com que os professores trabalhem novos conceitos dentro das salas de aulas. Estas, por sua vez, devem se tornar um laboratório no qual o aluno possa visualizar o campo prático das disciplinas. Portanto, as faculdades que tiverem o preparo e a visão estratégica diferenciada partem na frente a passos largos no quesito de evolução. Lembrando que estratégia é a arte de aplicar os meios disponíveis para alcançar os objetivos específicos. Então, quais são os meios disponíveis que as escolas têm em mãos? E estes meios disponíveis estão compatíveis com o mercado que ela quer alcançar? São perguntas que devem ser respondidas pelos gestores, sejam estes das faculdades ou escolas, que se apresentam dentro de um ambiente competitivo. Embora seja promissor, o negócio escola deve, com o tempo, fazer um processo de exclusão natural. E aqueles gestores que não entenderem ou até mesmo fizerem vistas grossas à Gestão Estratégica de Marketing, correm o risco de assistir uma emigração de alunos em busca de novas ondas.