



A IDENTIFICAÇÃO DE PAIS E ALUNOS COM A ESCOLA

O que será que determina pais e alunos se identificarem com uma escola ou faculdade? Qual o segredo que algumas instituições de ensino têm para cativar este fiel público "consumidor" de educação?

Não existe mágica, e sim muito trabalho. Cada um faz a sua parte. O aluno, se dedicando aos estudos, sendo aplicado, rigoroso consigo mesmo e com seus professores, exigindo sempre mais. As escolas, faculdades e universidades, investindo em docentes cada vez mais capacitados. E os pais?

Neste contexto, posso dizer que o que cativa cada pai e cada mãe desde os primórdios escolares é saber que seus filhos estão aprendendo e recebem a melhor educação e ensino possíveis. Conforme a criança avança, as preferências dos pais ganham contornos mais exigentes, como a predileção por um ensino que prime por um bom programa pedagógico, boa estrutura física da escola e um corpo docente de alto nível. Estes "objetos de desejo" educacionais pairam sobre a cabeça de pais e de alunos desde a mais tenra idade, sobretudo no salto para a universidade, ponto de partida para a conquista de

uma boa posição profissional, social e financeira. Talvez, com algum conhecimento também.

O ambiente escolar também é outro fator que prepondera, em qualquer nível de ensino - fundamental, médio ou superior. Uma boa base educacional também está alinhada com princípios e valores básicos, que podem ser transmitidos na escola A ou B, independentemente do valor da matrícula - ou de haver matrícula, no caso das escolas públicas. As diretrizes pedagógicas às vezes já determinam o ambiente educacional. Dali pra frente, tudo é questão de manter a mente quieta, a espinha ereta e uma educação tranqüila. Ou alguém não gosta de ver seu filho em um ambiente salutar?

Nesta atração entre pais, alunos e instituição de ensino, o fazer pensar poderá ser o diferencial daqui pra frente. Conhecemos muitos profissionais, formados pelas melhores bancadas docentes do mundo, que tem pouca habilidade para pensar. Talvez porque tenham muita informação - estamos no período de exagerada informação - mas pouco conhecimento. E já vimos estudiosos apontar que o conhecimento será a chave do futuro.

Claro que outros fatores também serão preponderantes na escolha de pais e alunos pela escola, faculdade e universidade. Não podemos esquecer que (atores extras acabam por melhorar ou limitar a identificação deles com as instituições. Para uma família com poucos recursos financeiros, por exemplo, ver o filho com um canudo nas mãos muitas vezes já é uma grande conquista. Para quem tem mais condições, aspectos como a estrutura física, o corpo docente e a pedagogia adotada passam a ser os primeiros quesitos observados e levados em conta.

Se você pensou que nada pode contribuir além dos dotes "naturais" das instituições, enganou-se. De fato, o melhor marketing é o boca-a-boca, a imagem que as instituições transmitem ao longo dos anos. Mas um esforço em comunicação, com um marketing educacional bem direcionado, destacando seus diferenciais, sempre auxilia de forma positiva na escolha. Ou seja, cativa o fiel público "consumidor" de educação, revelando seus segredos de alguma forma. **G**



Cláudio Gonçalves é graduado em Economia pela PUC-SP, com pós-graduação em Propaganda pela ESPM e diretor da Manufactura de Propaganda, agência especializada em marketing educacional.