Por Cláudio Gonçalves

A EDUCAÇÃO E PRECISA. DESEJOS NÃO SÃO PRECISOS

O verbo precisar c um dos que mais devem ser repensados em Termos de educação. Sobretudo no marketing educacional. Percebe-se, com a crise crescente de "marolinha em marolinha", novos caminhos. E as instituições de ensino devem estar atentas aos que precisam (de precisão e de necessidade), para se enquadrarem na realidade destes tempos difíceis, onde a turbulência econômica assola os mais diversos setores.

Nem sempre as pessoas buscam para as suas vidas aquilo que precisam, corno rumo certo. Na maioria das vezes, o que desejam, pode ser inconstante e incerto. A educação escolar, no entanto, é o desejo de 10 em cada 10 indivíduos. E, claro, de forma a acertar com precisão em suas escolhas. Os objetivos são sempre o de ter ou de possibilitar um futuro melhor.

A questão é: como mostrar a educação atrelada a valores reais e úteis, no sentido de necessidade urgente? Tarefa árdua, uma vez que os desejos podem ser adiados ou sublimados. Fazer com que essa vontade reverta-se em matrícula é uma das metas que escolas públicas e privadas perseguirão, exaustivamente, cada vez mais.

Pense na importância de se ter uma meta clara e urna criatividade inexorável. Estamos em tempos agudos, de muitas famílias apertadas financeiramente e de farta oferta no ensino superior privado, com mais vagas do que alunos. Assim, as estratégias tem que ser cada vez mais certeiras para quem quiser permanecer no mercado. E, claro, educando com qualidade.

Mais do que simplesmente atrair alunos, o que devemos pensar agora c como tornar desejos em necessidades indispensáveis e mostrar os benefícios que a sua escola/faculdade pode render ao cliente - aluno.

Recentemente, vimos que a maioria das pessoas ainda acredita nas empresas e na comunicação (na imprensa, sobretudo), apesar dos solavancos econômicos. Então, há de se respeitar e aproveitar a credibilidade que a instituição possui, comprovando a necessidade da educação. E que é importante ter objetivos precisos, que se quiser, pode chamar de desejos, os transformando em realidade fundamental. De preferência, sob sua gestão.

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.

GONÇALVES, Cláudio. A educação é precisa. Desejos não são precisos. **Gestão Educacional**, Curitiba, a. 4, n. 46, p. 30, mar. 2009.