

IMAGEM ESCOLAR NA WEB

Especialistas explicam por que é importante que a instituição de ensino fique atenta às redes sociais criadas na internet

As redes sociais potencializaram enormemente o poder do boca a boca. Se antigamente a reclamação por um mau serviço multiplicava-se apenas entre os conhecidos do cliente prejudicado, hoje uma mensagem no Twitter pode viajar o mundo em segundos. Assim, esta ferramenta de comunicação tem sido seriamente considerada por empresas, entidades diversas e, **também**, por instituições de ensino no âmbito administrativo. Saber usar as redes sociais adequadamente pode ser um instrumento de grande utilidade na gestão educacional, uma vez que as redes oferecem um volume significativo de informação que, se analisado adequadamente, pode ajudar nas decisões administrativas. Este tema **também** foi debatido este ano durante o VIII Congresso Brasileiro de Gestão

Educacional (Geduc), realizado em São Paulo (SP), quando os executivos **Tório** Barbosa, **sócio-diretor** da Educa Comunicação, de São Paulo (SP), e Alessandro Barbosa Lima, CEO da E.Life, **também** situada na capital paulista, explicaram o quanto as redes sociais podem auxiliar os gestores de escolas e universidades. Eles participaram da mesa redonda "As redes sociais e a interatividade com os alunos - como obter resultados efetivos".

Segundo **Tório** Barbosa, um dos principais **benefícios** que as redes sociais podem oferecer ao gestor escolar é que elas **reúnem** informação de mercado **espontânea** e gratuita. Por meio da **análise** das mensagens contidas nessas redes, pode-se avaliar, por exemplo, qual o conceito que o **público** tem a respeito da qualidade da instituição e de suas concor-

rentes, qual o **nível** de satisfação dos estudantes e organizar ações adequadas à realidade observada. Em sua apresentação no Geduc, o executivo analisou o caso de um cliente (que preferiu não identificar), comentou o **fenômeno** da evasão nas instituições de ensino superior (IES) e deu algumas sugestões de como utilizar as redes sociais como ferramenta de comunicação institucional.

A **análise** das informações publicadas sobre o cliente da Educa Comunicação nas redes sociais demonstrou que a instituição era bem conceituada no mercado, reconhecida pela qualidade de sua infraestrutura e pela excelência e engajamento do corpo docente, bem como por ser uma referência **teórica** e em pesquisa. No entanto, as mensuralidades eram avaliadas como elevadas e julgava-se que a instituição omitia informações que pudessem favorecer os alunos, **além** de

ser pouco aberta ao **diálogo** e ter uma administração **retrograda**. A partir dessas informações, a Educa Comunicação, que é uma agência de publicidade especializada na **área** educacional, implementou ações para neutralizar os aspectos negativos e potencializar os positivos.

Quanto à utilização das redes sociais como instrumento de comunicação, Barbosa lembra que toda ação nesse sentido deve permitir a interação, de forma a envolver os estudantes, professores e toda a comunidade no processo de **mudança** da instituição. "O que não pode é haver censura", diz. Mesmo porque censurar na internet é praticamente **impossível**. Ele cita o exemplo de uma aluna que publicou em sua **página** pessoal uma **série** de reclamações em relação à instituição de ensino em que estudava,



"90% DOS ESTUDANTES DE ENSINO MÉDIO PARTICIPAM DE REDES SOCIAIS"

Fonte: SaferNet

mesmo estando ciente de que a direção da escola lia as mensagens, que, afinal, eram **públicas**. O texto da **moça** dizia: "um passarinho cor de rosa me contou que a direção do curso estava vasculhando essas **páginas** para saber o que **estávamos** postando contra eles (...) então, aproveitando que os superiores estão a par de tudo o que se passa por aqui, vou fazer um pedido (...)" e desfia um **rosário** de solicitações e **críticas**.

A questão é que esse tipo de reclamação torna-se cada vez mais importante devido ao seu alcance e à credibilidade que o **próprio** mercado confere à opinião de internautas. Segundo pesquisa do Datafolha, citada pelo executivo, 58% dos consumidores das classes A, B e C consideram a opinião de **usuários** da web antes de adquirirem determinados produtos e **serviços**, entre os quais **está** a educação.

O gerente de marketing do grupo IBMEC Educacional S.A, Daniel Pedrino, comenta que isso ocorre tanto na educação superior quanto no ensino **médio**. "O país dos estudantes pesquisam as **páginas** dos **colégios**, as **páginas** pessoais de ex-alunos e de outras pessoas que possam informar sobre a instituição antes de matricular seus filhos", ressalta.

E a tendência desse tipo de comunicação é aumentar. Uma pesquisa realizada recentemente pela SaferNet, organização civil sem fins lucrativos e criada para promover a **segurança** na internet, revelou que 90% dos estudantes de ensino **médio** participam de redes sociais, 69% têm pelo menos um amigo que conheceram pela rede e 12% já namoraram pela rede. A pesquisa **também** revelou o lado obscuro de tanta liberdade de comunicação: 26% dos **usuários** infantojuvenis já passaram por algum tipo de constrangimento e 6% foram **vítimas** de aliciamento sexual por meio da internet. A empresa entrevistou 2.159 estudantes e 732 docentes, em **âmbito** nacional.

A pesquisa da SaferNet corrobora as informações levadas ao Geduc por Alessandro Barbosa Lima, da E.Life, empresa especializada em monitorar as redes sociais para diversas entidades do mundo corporativo. Segundo

os dados que apresentou, 89,6% dos **usuários** de internet pesquisados têm cadastro no Orkut, 80,1% têm cadastro no Twitter, 79,6% no YouTube, **além** de outros cadastros em diversas redes sociais e ferramentas de comunicação na internet. A pesquisa da E.Life teve como base 1.277 **usuários** da rede e demonstra que as pessoas não estão conectadas em apenas uma ou outra ferramenta, mas em **várias**. E os professores **também** estão na rede: 47% deles estão na rede social, segundo a pesquisa da SaferNet.

BENEFÍCIOS PARA A ESCOLA

Muito **além** das **estratégias** de marketing, a web e as redes sociais **também** podem ser aproveitadas para a melhoria da educação propriamente. De acordo com a pesquisa da SaferNet, 90% dos professores consideram a internet uma importante ferramenta de educação e 69% deles usam a rede diariamente.

Lima comenta que não só a informação **disponível** na internet é **útil** como ferramenta de ensino, já que jogos interativos e plataformas de relacionamentos, por exemplo, podem servir para otimizar as relações entre professores e alunos e proporcionar um melhor ensino. Ele cita o exemplo de uma professora que levou um jogo **disponível** no Facebook, chamado Farmville, para ensinar conceitos de gestão na universidade e publicou um **vídeo** no YouTube (em inglês, *Farmville and Education*) explicando sua experiência (<http://www.youtube.com/watch?v=I2YPfdQVv0c>). Para o executivo da E.Life, de fato, a habilidade pa-



Fotos: Divulgação

Tório Barbosa, sócio-diretor da Educa Comunicação, lembra que as redes sociais apresentam informação de mercado espontânea e gratuita



Alessandro Barbosa Uma, da E.Life, cita o exemplo de uma professora que usou um jogo disponível no Facebook para ensinar conceitos de gestão na universidade

ra gerenciar uma fazenda com poucos recursos e decidir as prioridades para sua alocação faz de Farmville um jogo facilmente **aplicável** em disciplinas relacionadas com **comércio**, administração de empresas, trabalho em equipe e uma **série** de outros conceitos.

NA PRÁTICA

Veja algumas das informações que as escolas podem buscar nas redes sociais para auxiliar seus processos de gestão:

- Avaliação da marca: verificar a opinião do público a respeito da imagem institucional.
- Análise comparativa: comparar sua imagem institucional com a da concorrência.
- Análise FOFA: verificar Fortalezas, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças no mercado, considerando a opinião dos internautas.
- Orientação de Comunicação: orientar a comunicação institucional a partir da verificação das informações analisadas.
- Análise de compatibilidade: em casos de fusões e aquisições, verificar as características de ambas instituições para avaliar aspectos positivos e negativos do negócio.

Fonte: Educa Comunicação