

Pode ter sido por uma questão administrativa ou política - confesso que não sei. Certamente deve haver uma boa razão que justifique a separação das gestões da cultura e da educação. Na minha concepção, educação e cultura sempre foram componentes de uma receita vitoriosa na formação de pessoas e acrescentaria o desporto neste grupo vencedor. E se a união faz a força, a separação veio para tentar organizar as ações estratégicas em cada área, buscar orçamentos específicos para atender suas prioridades, mais poder ou uma maior autonomia, quem sabe?

Mas o tempo passou e a tal "mão invisível" que já alcança o mercado educacional exige: As Instituições de Ensino não podem sobreviver apenas das mensalidades escolares. É preciso criar novas fontes de receitas e é aí que a cultura aparece como uma oportunidade, já que, pela proximidade que tem com o Ensino pode gerar receitas sem que tenhamos que nos desviar abruptamente de nossas atividades fins. O processo educacional deve promover a cultura, e esta, contribuir para a formação de cidadãos, já que a sociedade não demanda apenas o conhecimento especializado.

Mas o que justifica a promoção da cultura em nossa Instituição? Poderíamos listar inúmeras razões:

- Gera fontes alternativas de receitas e lucro;
- Constitui-se em uma oportunidade para "abrir as portas" da Instituição para a comunidade e promover nossos cursos, programas de extensão e pesquisas;
- É um instrumento de divulgação de nossa marca e da marca de empresas interessadas no nosso público cativo (alunos, professores, funcionários etc);
- Promove a aproximação da Instituição de Ensino a grandes empresas;
- Melhora a utilização de nossa infra-estrutura física e de pessoal;
- Atrai novos alunos;
- Melhora o clima institucional e o ambiente de trabalho;
- Mobiliza a iniciativa local em torno da Instituição de Ensino;
- Promove uma ação social que pode constituir-se num exemplo a ser seguido por outras organizações;
- Muda posicionamentos indesejados da nossa marca na mente das pessoas, enfim.

A promoção da cultura em Instituições de Ensino só trás benefícios para todos os agentes envolvidos no processo educacional e algumas IES já descobriram isso. Para mudar o posicionamento de suas marcas na sociedade, algumas organizações educacionais estão promovendo encontros e mostras culturais, eventos literários e cinematográficos, festivais de música e outras atividades voltadas para o seu público e dessa maneira, atraindo grandes patrocinadores.

O investimento dos patrocinadores por sua vez, é mais do que justificável. A Escola é um espaço excelente de divulgação de suas marcas e produtos. O público universitário não é apenas consumidor, mas formador de opinião. Ele divulga, conversa, compra, vende, usa,

As Receitas da Cultura

Escrito por Wille Muriel

Qui, 26 de Fevereiro de 2004 21:00

critica etc. O que "emplaca" a partir das escolas invade o mercado em geral. E para produtos que tem o perfil exato deste mercado, como telefones celulares, computadores, fast-food, roupas e carros, dentre vários exemplos, o investimento certamente trará uma ótima relação custo - benefício.

Além de tudo isso, o universitário é capaz de entender programas de fidelização e lealdade, perceber marcas, sensibilizar-se com campanhas voltadas para suas necessidades e ainda, participar solidariamente em eventos voltados para a área social.

E, se a disseminação da cultura nas Instituições de Ensino Superior é tão boa para as empresas, se a aproximação com as empresas é tão necessária para a promoção da qualidade no ensino, na pesquisa e na extensão, e se o resultado desta união gera tantos benefícios para iniciativa local especificamente e para a sociedade de um modo geral... O que estamos esperando?