ISSN: 2525-9091

Revista Científica do Instituto de Ensino Superior de Itapira

NOVAS TECNOLOGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DOS PROCESSOS EDUCACIONAIS - O MARKETING DO ENSINO À DISTÂNCIA

Roberto Batista de Souza[1]

1 – Licenciado em História. Docente do Instituto de Ensino Superior de Itapira – IESI.

Contato: geoprofessor.roberto@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem o propósito de analisar as estruturas educacionais e administrativas de Ensino à Distância, focando suas vantagens para auxiliar no desenvolvimento da educação brasileira por meio de sua especificidade dinâmica oferecida pelas novas tecnologias, que geram acesso e possibilidades de aprendizado e também custo acessível no tocante a formação técnica, profissionalizante e superior. Concomitante a este objetivo se pretende analisar formas de efetivação para a propagação deste módulo de ensino com mais abrangência, propondo ligações mais aproximadas entre a administração educacional do EAD e estratégias de marketing que desenvolvam sua aceitação e difusão a todo o território nacional de forma a atender a crescente demanda educacional da sociedade brasileira. A metodologia deste trabalho tem por base a pesquisa teórica de revisão bibliográfica de autores de referência como Paulo Freire no que tange a autonomia educacional e as problemáticas do ensino politizador e socializante, e o pensador Philip Kotler na perspectiva do marketing para potencializar o desenvolvimento do EAD nos processos educacionais, utilizando estratégias dinâmicas que disponham ao conhecimento do público as vantagens e possibilidades que são oferecidas neste contexto com propriedade e efetividade. Pretende-se também referenciar características da legitimidade e importância deste módulo de ensino com base em pesquisas da ABED. Os resultados e conclusões deste diálogo confirmam que é possível haver o alcance da autonomia e desenvolvimento da qualidade e acesso em todos os níveis da educação brasileira com o auxílio de um Ensino à Distância bem estruturado e divulgado sobre os benefícios que proporciona.

Descritores: Educação. Marketing. Ensino. Sociedade. Distância.

ABSTRACT

The present article has the purpose of analyzing the educational and administrative structures of Distance Learning, focusing its advantages to assist in the development of Brazilian education through its dynamic specificity offered by the new technologies, which generate access and learning possibilities and also affordable cost With regard to technical, vocational and higher education. Concomitant to this objective is to analyze forms of effectiveness for the propagation of this more comprehensive teaching module, proposing closer links between the educational administration of the EAD and marketing strategies that develop its acceptance and diffusion throughout the national territory in order to meet The increasing educational demand of Brazilian society. The methodology of this work is based on the theoretical research of bibliographical revision of authors of reference like Paulo Freire in what concerns the educational autonomy and the problems of the politizing and socializing teaching, and the philosopher Philip Kotler in the perspective of the marketing to potentiate the development of the EAD In educational processes, using dynamic strategies that make available to the public the advantages and possibilities that are offered in this context with property and effectiveness. It is also intended to reference characteristics of the legitimacy and importance of this teaching module based on ABED research. The results and conclusions of this dialogue confirm that it is possible to achieve the autonomy and development of quality and access at all levels of Brazilian education with the aid of a well-structured and well-publicized distance learning about the benefits it provides.

Keywords: Education. Marketing. Teaching. Society. Distance.

Artigo recebido em 01/12/2016; aprovado em 04/01/2017.

CONSCIESI - Revista Científica do Instituto de Ensino Superior de Itapira – IESI

www.consciesi.com.br / www.iesi.edu.br

INTRODUÇÃO

A proposta primordial deste artigo é refletir sobre a breve história, características básicas, benefícios, percalços e a contextualização do Ensino à Distância no Brasil, para então teorizar cientificamente por meio de revisão bibliográfica de autores de referência sobre o desenvolvimento deste módulo, apontando possibilidades de melhorias em sua estrutura de marketing para promover o desenvolvimento eficaz desta modalidade de ensino.

O marketing estruturado e direcionado ao universo educacional pode ser aprimorado gradualmente por meio de propagandas com direcionamento efetivo e positivo, divulgadas de forma clara e eficiente sobre o EAD, bem como estratégias que socializem o acesso aos cursos virtuais de aprendizagem, dinamizem a publicidade da imagem deste recurso tecnológico na sociedade brasileira, e quebrem alguns paradigmas negativos sobre sua eficácia, incentivando a reflexão sobre as possibilidades da potencialização qualitativa e quantitativa das estruturas de EAD por meio do marketing relacionado com sua divulgação e expansão em busca do desenvolvimento dos processos de educação e ensino-aprendizagem.

Tais objetivos são justificados em grande medida por serem pertinentes para se tratar de reflexões e proposições sobre os campos educacionais brasileiros, os quais estão precisando de reformas e aprimoramentos imediatos de forma contínua e eficaz, uma vez que a educação está atrelada ao social, político, econômico e cultural no Brasil, e é resultado historicamente construído do próprio cotidiano brasileiro em suas contraditoriedades e desigualdades. Isto é, melhorar e contribuir para o crescimento do Ensino à Distância por meio de organização administrativa de marketing, a fim de que este auxilie no desenvolvimento da educação no país, aprimorando as estruturas básicas e avançadas de toda a sociedade.

Alavancar tecnicamente as estruturas de EAD pode promover investimentos logísticos para uma melhor educação no país, de forma a demandar com mais perspicácia e direcionamento as práticas de liberdade proporcionadas por uma educação autônoma que seja ministrada em boa quantidade e respeitável qualidade.

As técnicas e especificidades dos módulos de EAD são relevantes para auxiliar na melhoria de problemas educacionais caóticos como os diversos tipos de analfabetismo no Brasil, a evasão escolar, a falta de estrutura na educação formal básica, a dificuldade de acesso físico e/ ou econômico e a carência de escolas de ensino técnico e superior em número suficiente para atender a toda a população.

Consequentemente abre espaços nos campos públicos e privados para se lançar mão de abordagem estratégica e conceitual de conteúdos didáticos e acadêmicos que sejam mais direcionados ao ensino técnico e reflexivo que conscientize, prepare e direcione ao cidadão a se tornar agente ativo que lute contra as contradições socioeconômicas e educacionais historicamente construídas por que passa o educador, o educando e grande parte da população no país.

Tais elucubrações e as proposições feitas representam um valor inequívoco para a comunidade científica e as estruturas do Ensino Superior como um todo. Na prática, pelo próprio aumento de alunos com possibilidades de acesso ao nível superior e pelo caráter da utilização da ferramenta EAD como uma das várias alternativas coerentes para melhor estruturar a educação em todos os níveis no Brasil. Acredita-se assim que as propostas sobre a utilização do marketing para desenvolver o EAD, e das próprias formas de Educação à Distância sendo utilizadas para melhorar a educação como um todo podem ser consideradas um passo decisório de inteligência e eficácia nos planejamentos dos processos educacionais, que resultarão na otimização dos estudos na sociedade brasileira

relacionando teoria e prática para a potencialização da intelectualidade em benefício da coletividade e do saber, da alfabetização ao nível científico.

A metodologia utilizada no presente trabalho se configura em pesquisas e apresentação teórica de revisão bibliográfica com a abordagem e discussão de pensamentos e reflexões de autores de referência nos campos da Educação e da Administração, como Paulo Freire e Philip Kotler, a fim de ponderar de forma dialógica sobre a imprescindibilidade de uma gestão educacional bem administrada e que respeite as necessidades e especificidades da clientela escolar e da sociedade. Pretende-se também referenciar características da legitimidade e importância deste módulo de ensino com base em pesquisas da Associação Brasileira de Educação à Distância, a ABED.

Para tal empreita, as análises do advogado, educador e ex-secretário da Educação do Estado de São Paulo, Paulo Freire, versarão sobre a imprescindibilidade de um ensino autônomo ao cidadão e também a respeito do desenvolvimento fundamentado dos processos educacionais, que devem ser constantemente reformatados em seus moldes didáticos, políticos, interdisciplinares e conteudistas, bem como em seus recortes específicos, profissionais e técnicos, para que atenda as necessidades do público-alvo – todo o cidadão brasileiro sem exceção –, e que cause interesse e realmente influencie em sua capacidade profissional, técnica, psico-cognitiva, intelectual, social, sentimental, emotiva e empática de se viver, relacionar e construir em sociedade.

Como subsídio para este diálogo monográfico a autonomia e politização intelectual do estudante devem ser entendidas e tratadas como prioridade, assim como estimulada de todas as formas possíveis; não apenas pela pedagogia e ciências correlacionadas conforme supracitado, mas também por meio de uma visão do que realmente um Ensino à Distância lhe pode proporcionar; que são as várias vantagens intelectuais e promissoras desde que o discente saiba se comprometer com a missão de obter uma formação de muita qualidade e pautada em cotejamento gradual e contínuo depois de receber seu diploma.

Da mesma maneira, a utilização mais aprofundada das ciências administrativas e, por excelência no recorte deste trabalho, o marketing, é relevante para uma atuação eficiente, eficaz e efetiva no que diz respeito a divulgação de uma compreensão profícua e realista do que realmente oferecem ao público as estruturas de cursos à distância comprometidas com a educação e com a sociedade, sendo esclarecedoras as críticas e apreciações científicas sobre o marketing aplicado feitas pelo administrador Philip Kotler, cujos diagnósticos científico-administrativos sobre a implementação do marketing avançado apresentam possibilidades de desenvolvimento deste módulo de ensino-aprendizagem que não podem ser refutadas.

O investimento, readequação, treinamento e habilitação em marketing, trabalhados em conjunto a uma administração de caráter holístico, desbravador e contextualizado da gestão pública e privada nas políticas e estratégias educacionais são propostos neste trabalho com base nas intervenções de Kotler como sendo indispensáveis ao alcance de seu principal objetivo, que é o desenvolvimento educacional, humano, econômico e social da nação, e especificamente o uso do marketing para o Ensino à Distância, que é um marco e uma evolução sem par na história do conhecimento e da educação, possibilitada pelas novas tecnologias digitais de virtualização.

Tais proposições se confirmam com base no sucesso crescente que vem alcançando em países desenvolvidos já há vários anos, o que encoraja a atuação e intervenção para seu aprimoramento e difusão, pois, se o marketing para o EAD for bem direcionado e constantemente revisado nos processos da

educação virtual, poderá auxiliar as gestões públicas e as administrações privadas a promoverem o conhecimento das múltiplas vantagens que pode prover, não apenas focando as propagandas tradicionais como já se conhece, mas refutando paradigmas negativos sobre o tema, que amedrontam o cliente-estudante e desvalorizam o EAD.

É preciso que tal investimento em marketing publicitário preveja, em todas as formas de comunicação (inclusive investindo na mídia televisiva de forma mais ampla), perspectivas de divulgação sobre a qualidade garantida de acessibilidade a educação à distância de excelência, com custos mais acessíveis à realidade do possível ingressante, e tenha fundamentação para divulgar com amplitude e clareza tais propostas profissionais e educacionais.

Os resultados e conclusões deste diálogo tem a pretensão de confirmar as possibilidades e probabilidades de se obter o alcance da autonomia e desenvolvimento da qualidade e acesso em todos os níveis da educação brasileira com o auxílio de um EAD bem estruturado, como se verá, com o subsídio da gestão administrativa de marketing, para que os processos educacionais envolvendo seus alunos, tutores, professores e gestores, garantam a sustentabilidade do mesmo, apresentando grandes possibilidades de melhorar o sistema educacional em qualidade e acesso, e, como consequência, transformar e vivificar social, cultural e economicamente esta nação.

DEFINIÇÃO E CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO EAD

Ensino à distância pode ser definido como um processo de aprendizagem e ensino pautado em situações em que o aluno possui acesso a aulas, leituras, pesquisas e informações em geral estando fisicamente separado por uma determinada distância das estruturas que as ministram, e não tendo contato pessoal com seus professores ou orientadores.

Seus cursos, na maioria das situações, por uma questão de acesso e praticidade e pela obviedade de serem à distância, são ministrados em tempos diferentes entre a postagem e disponibilização de vídeo aulas, textos e exercícios, e a leitura, absorção e execução pelo aluno, que pode acessar em horários de sua própria escolha os referidos módulos de aprendizagem para remeter respostas ao professor e ao sistema, recebendo seu *feedback* em outro horário.

A exceção é apontada nas avaliações e apresentações em bancas de trabalhos de conclusão de curso, que normalmente ocorrem de forma presencial nos polos de ensino e sob a supervisão e auxílio de tutores especializados para tal fim.

No EAD são elencados seu extenso cabedal, cursos profissionalizantes de curta duração, cursos técnicos ou preparatórios, cursos semipresenciais do ensino fundamental ou médio (popularmente conhecidos como supletivos ou cursos para eliminação de matérias e recepção de certificados) e cursos de nível superior em graduação e pós-graduação, tanto no setor privado como no público.

Neste estilo de ensino-aprendizagem o aluno necessita estudar de forma autônoma e consciente para alcançar o que deseja do curso no que tange a preparação e conhecimentos, pois seu sucesso depende em grande parte de seus acessos, leitura, pesquisas e interesse pelo processo, uma vez que não terá uma figura presente fisicamente para cobrá-lo e incentivá-lo.

O acesso a aulas e conhecimentos neste módulo é muito mais dinâmico havendo uma flexibilidade muito grande de horários e locais para estudo em que o aluno poderá acessar via eletrônica seus conteúdos a qualquer hora e lugar do planeta, desde que possua a tecnologia computacional para tal, e em

tempos que o permitam intercalar estudos, trabalho, descanso e entretenimento.

Há uma variedade de materiais para estudo em formatos de textos, exercícios, vídeo-aulas, palestras, discussões em fóruns e recursos similares. O contato entre professor, tutor e aluno se dá via digital, mas a socialização não se restringe a isso, pois nas práticas de participação de fóruns, debates e chats há uma intensificação da comunicação entre alunos de diversos locais, além ainda de incentivar a escrita, o que é um resgate educacional para os jovens e adultos da atualidade. Uma vez que a escrita é requisito imprescindível para o ensino à distância, pode-se considerar um avanço nos processos de ensino-aprendizagem sua utilização regular.

Conforme a análise dos dados do objeto de estudo apresentados comprova-se como irrefutável a relevância do EAD em prol da educação, uma vez que os resultados apresentados são já parte do cotidiano deste módulo de aprendizagem atendendo a seus clientes-estudantes, sendo uma realidade em contínuo e gradual aprimoramento em suas várias vantagens ao educando e, consequentemente a toda a sociedade. Segundo o censo brasileiro de 2012, referente a matrículas e conclusões de cursos EAD, o presidente da ABED – Associação Brasileira de Educação à Distância, Frederic M. Litto pode formular com contundência quer

> Com as novas tecnologias da comunicação e informação e por meio da convergência de diversas mídias, como material impresso, rádio, televisão, vídeo, Internet ou videoconferência, a EAD vem estruturando diferentes possibilidades de ensino, que se igualam ou até superam os resultados da educação presencial. Há um crescimento cada vez maior no número de alunos interessados nesse tipo de formação, que estimula o desenvolvimento de experiências dessa modalidade em diferentes áreas. (ABED, 2012).

Existem diversas condições e possibilidades para que se ministre o ensino-aprendizagem na Educação à Distância; algumas bastante tradicionais como os cursos por correspondência, radiofônicos, televisivos (a exemplo do Telecurso 2.° grau, aprovado e legitimado desde seu início pelo Ministério da Educação) e similares.

Atualmente as instituições educacionais se utilizam muito mais do processo de ensino à distância por meio das tecnologias da informação (TIC´s) para potencializar suas propostas e edificar as suas estruturas de ensino, as quais são representadas por meios de acesso informatizado ao ensino através de plataformas e softwares específicos em ambientes próprios, como se denominam os AVA´s – Ambientes Virtuais de Aprendizagem –, compilados especialmente para atender às necessidades de leitura, compreensão e comunicação entre aluno-professor/ tutor – e também chats, fóruns e e-mails, exercícios preparatórios e simulações de aprendizado, bem como avaliações, palestras interdisciplinares e informações acadêmicas, administrativas e financeiras sobre o curso e a interação do aluno.

As origens do que se convenciona denominar de primeira geração do EAD podem ser consideradas como a informação e o ensino existente desde o primórdio dos povos, civilizações e sociedades em suas diversas roupagens pelo mundo, como por exemplo, na Grécia Antiga ou no Império Romano, na China milenar ou na Palestina do período bíblico, com o desenvolvimento da escrita, o ensino à distância começou a atuar por meio de informação oferecida em documentação escrita e que tinha por objetivo intencional ou mesmo de forma deliberada informar, ensinar e/ ou preparar seus destinatários a algum fim; desde as formas mais arcaicas a que se pode ter acesso historiográfico.

A modalidade de ensino à distância também existe no Brasil, desde sua possessão por Portugal, afinal, tem relação com a entrega

e recepção de saberes, intencionais ou não, por via de correios e distribuição popular de livros, panfletos, folhetos, manifestos e jornais, os quais, em casos específicos ofereciam conhecimento, ensino e informação, tendo nascido assim o EAD com a nação considerada ainda luso-brasileira em seus primeiros níveis ou gerações.

No início do século passado tais informações e alguns destes cursos profissionalizantes se tornaram formais por meio de anúncios em jornais e rádios, bem como pelo correio por meio de correspondência. Tais tendências – a despeito das dificuldades apresentadas por diversos motivos, dentre os quais o desconhecimento, medo ou preconceito – evoluíram gradativamente no Brasil e foram responsáveis por uma parcela significativa do desenvolvimento da educação neste país, a exemplo do tradicional Instituto Universal Brasileiro, criado em 1941, e que desde então formou em seu quadro de estudantes mais de quatro milhões de profissionais diretos neste país; realização que não pode ser desprezada ou negligenciada por quem deseja conhecer, oferecer e expandir o universo educacional do ensino à distância.

Há algumas décadas com o advento e potencialização das tecnologias da informatização e comunicação no Brasil (TIC´s) e em várias partes do mundo, o módulo EAD tem recebido força exponencial e abarcado milhões de estudantes em seu papel de formação do desenvolvimento intelectual, técnico e acadêmico do cidadão.

Na prática, um aluno deve ser orientado e influenciado de forma clara, coerente e concisa, para que possa se conscientizar da importância do ensino, considerando-se como capaz e motivado para se organizar, estudar e intelectualizar por meio de leituras, execução de exercícios propostos em um módulo EAD, verificação de fóruns de debate, chats, comunicação via e-mail e outras ferramentas de relevância, bem como saber aproveitar e investir seu tempo com prazer em notícias, artigos e links especiais que sempre são disponibilizados em ambientes virtuais de aprendizagem (AVA´s), e, com critério, em pesquisas ofertadas por sites especializados na internet.

Por tais prerrogativas, o Ensino à Distância apresenta um potencial de crescimento gradual e contínuo, que subsidia seu objetivo principal, que é o de dinamizar os processos de ensino-aprendizagem, preparar tecnicamente a sociedade para a profissionalização e, sobretudo, suprir o problema da possibilidade de acesso ao ensino técnico e superior, devido à carência de estruturas formais de ensino nestes níveis, transporte escolar e acessibilidade física aos institutos escolares, devido a vastidão das dimensões continentais deste país, e aos mesmos problemas em grande parte do planeta.

EAD – Modalidade Legítima no Brasil

É importante ressaltar a relevância do tema, visto as dificuldades que o sistema de educação à distância sempre enfrentou devido à falta de informações coerentes e contextualizadas sobre seu trabalho no Brasil, uma vez que há o preconceito e vários paradigmas polêmicos sobre a eficiência, eficácia e efetividade deste sistema de ensino por ser virtual, à distância e ministrado em tempos diferentes (anacronismo).

A legitimidade de uma instituição ou a legalidade de um sistema de ensino é imprescindível em qualquer situação na esfera dos processos de ensino-aprendizagem formais no Brasil.

O ensino à distância em sua quarta geração, ou seja, nos moldes das tecnologias da informação em suas estruturas básicas e em suas características essenciais e atuais, é uma forma de ensino-aprendizagem legalizada pelos órgãos governamentais que gerem o sistema

educacional tornando-o legítimo por suas especificidades a atenderem aos requisitos mais relevantes no atendimento ao cidadão brasileiro para sua formação escolar formal e profissional.

O ensino à distância é munido de autenticidade por órgãos governamentais e de reconhecimento total pelo MEC – Ministério da Educação.

Por meio do Artigo 80 da Lei Federal de número 9.394, promulgada a 20 de dezembro de 1996, no Artigo 12 do Decreto Federal nº 2.494, de 10 de fevereiro de 1998, com a redação que lhe deu o Decreto Federal nº 2.561, de 27 de abril de 1998, no Artigo 2º da Lei Estadual nº 10.403/71 e na Indicação CEE nº 42/04, prevê

> Art. 2º - A educação à distância é uma forma de ensino que possibilita a autoaprendizagem, com a mediação de recursos didáticos sistematicamente organizados, apresentados em diferentes suportes de informação, utilizados isoladamente ou combinados, e veiculados por diversos meios de comunicação.
>
> Parágrafo único - Os cursos ministrados sob a forma de educação à distância serão organizados em regime especial, com flexibilidade de requisitos para admissão, horário e duração, sem prejuízo dos objetivos e das diretrizes curriculares fixadas nacionalmente (CEE nº 42/04, 2004).

É pertinente aqui versar sobre o auxílio que o sistema de ensino à distância no Brasil recebe também por organizações não governamentais, focadas e especializadas no tema. Um exemplo muito relevante de tal panorama é a ABED – Associação Brasileira de Educação à Distância, que é uma sociedade científico-acadêmica formada por professores e educadores em 1995, cuja missão e objetivos primam o desenvolvimento contínuo e o reconhecimento da amplitude e eficácia que o EAD pode proporcionar a educação e desenvolvimento do país.

Trata-se de uma organização pertencente ao Terceiro Setor (OTS), isto é, uma organização não governamental sem fins lucrativos que se baseia em alguns fundamentos teóricos e práticos tais como

> - estimular a prática e o desenvolvimento de projetos em educação à distância em todas as suas formas;
>
> - incentivar a prática da mais alta qualidade de serviços para alunos, professores, instituições e empresas que utilizam a educação à distância;
>
> - apoiar a "indústria do conhecimento" do país procurando reduzir as desigualdades causadas pelo isolamento e pela distância dos grandes centros urbanos;
>
> - promover o aproveitamento de "mídias" diferentes na realização de educação à distância;
>
> - fomentar o espírito de abertura, de criatividade, inovação, de credibilidade e de experimentação na prática da educação à distância (ABED, 2012).

O desenvolvimento do conceito do sistema de ensino à distância de forma efetiva é a principal missão e base das práticas da ABED, cujas áreas de abrangência envolvem todo o país e partes do exterior em sua influência conceitual na educação à distância, trabalhando com a expansão e conhecimento, a reflexão para busca do aperfeiçoamento e solução de problemas e dúvidas existentes na sociedade acerca do tema.

O Analfabetismo Crônico no Brasil

A compreensão dos contextos do analfabetismo no Brasil visa a uma reflexão sociológica ligada a educacional sobre os problemas econômico-sociais gravíssimos e em potencial na atualidade, em uma situação de grande necessidade de intervenção e comprometimento de formas qualitativa e quantitativa da gestão pública e conscientização popular, com caráter político,

social, jurídico, econômico, cultural e educacional do Brasil.

É plausível aqui também delinear sobre os estilos de analfabetismo no país, problema antigo que já se tornou ha muito um paradigma e um entrave socioeconômico e intelectual crônico no Brasil país, bem como a influência e efetividade que o Ensino à Distância pode ter na participação e busca de proposições efetivas para a solução de tais problemas.

Segundo dados da UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, temos em todo o planeta cerca de 793 milhões de pessoas na faixa do analfabetismo, e, no Brasil, aproximadamente 14 milhões de cidadãos que não sabem escrever (ou ler) um simples bilhete, tornando a situação tensa e dramática em uma nação que é considerada mundialmente como possuidora do status de "país em desenvolvimento".

As pesquisas pedagógicas e sociológicas nos campos teórico-acadêmicos demonstram que existem quatro tipos gerais de analfabetismo, a saber; o Analfabetismo Absoluto, em que o indivíduo não teve acesso a nenhuma forma de alfabetização e não sabe escrever ou ler nem mesmo o próprio nome. Em seguida elenca-se nesta análise o Analfabetismo Funcional, que é a situação cognitiva individual em que a criança lê e escreve palavras ou frases curtas, mas não consegue interpretá-las ou compreendê-las minimamente, sendo sua escrita estritamente mecânica. Há também o denominado Iletrismo, semelhante ao analfabetismo funcional, pois a pessoa lê, mas não consegue entender abstratamente quase nada do que leu como se fossem apenas símbolos sem sentido para sua lógica.

Por último, e muito relevante dentro do contexto atual da terceira Revolução científico-tecnológica da informação e virtualização, há o Analfabetismo Tecnológico, em que o indivíduo não consegue operar computadores, celulares, caixas de bancos e equipamentos similares, por falta de informação, instrução e conhecimento, bem como por uma cultura de se temer o que é diferente e medo de se entregar ao conhecimento técnico e abrangente da tecnologia da informação, imprescindível na atualidade e indispensável para a convivência e efetivação de tarefas no cotidiano escolar, acadêmico e profissional.

É necessário que as políticas públicas educacionais forneçam, por meio de sua autoridade, os subsídios e investimentos necessários multiplicados em muito em relação a presente realidade do analfabetismo, evasão escolar, qualidade do ensino, valorização do professor e das estruturas de ensino e, neste recorte, o apoio necessário ao desenvolvimento do sistema EAD como base sólida dos processos de ensino-aprendizagem no país.

É preciso que se analise profundamente estes processos para gerar ação e cobrança aos setores públicos para que atuem com um direcionamento inteligente e prático de recursos para o Sistema Educacional a fim de erradicar o analfabetismo em todas as suas fases.

É o mínimo a se trabalhar para dar início a uma revolução intelectual neste país, conforme infere Freire (2002) sobre as contradições socioeducacionais e a ação que sobre elas deve tomar todo o educador, e todo o cidadão que se preocupa e valoriza a educação e o aprendizado para a excelência do indivíduo e do coletivo

> Um dos piores males que o poder público vem fazendo a nós, no Brasil, historicamente, desde que a sociedade brasileira foi criada, é o de fazer muitos de nós corrermos o risco de, a custo de tanto descaso pela educação pública, existencialmente cansados, cair no indiferentismo fatalistamente cínico que leva ao cruzamento de braços. "Não há o que fazer" é o discurso acomodado que não podemos aceitar (FREIRE, p. 74 – 2002).

Torna-se indispensável a readequação e reformulações das políticas públicas e a participação mais ativa das instituições privadas com responsabilidade social educacional, para responderem às necessidades dos diversos grupos sociais no Brasil – necessidades complexas e de difícil compreensão – pois envolvem uma miríade de projetos de ações de desenvolvimento para a comunidade social e educacional que devem se ater a Educação como prioridade, pois as estratégias educacionais e administrativas públicas tem condições para envolver e desenvolver o gradual aperfeiçoamento e manutenção de toda a estrutura social e econômica, que devem, portanto, estar intrinsecamente ligadas as políticas educacionais em prol do atendimento da comunidade escolar.

Neste recorte é de relevância direcionar a reflexão para o foco de um dos quatro estilos de analfabetismo elencados pela UNESCO, órgão especial para a cultura, educação e desenvolvimento da Organização das Nações Unidas - ONU, o Analfabetismo Tecnológico, que por vários motivos influenciadores no indivíduo, impede o mesmo de se inteirar e aproveitar os múltiplos benefícios das tecnologias da informação que são imprescindíveis para a vida profissional, intelectual e acadêmica, a vivência social cotidiana e até mesmo para o entretenimento saudável em muitos casos.

O despreparo de grande parte dos brasileiros em todas as faixas etárias é fruto da falta de informação, acesso, motivação, instrução, conhecimento ou vontade; adjetivos impressos na cultura educacional brasileira com roupagens de medo ou preconceito.

A sociedade está carente da expansão e dinamização de informações que alcancem realmente a todos, e de estruturas que possibilitem de alguma forma o acesso a todo o cidadão a um microcomputador ou similar, bem como um treinamento para utilizá-lo em benefício de seu desenvolvimento e da coletividade. Neste ínterim é paradoxal e inaceitável a situação do leigo ou analfabeto tecnológico tanto quanto é execrável a altíssima taxa dos outros tipos de analfabetismo no Brasil e no mundo.

É uma realidade passível de muitas melhorias para que o cidadão consiga se integrar com propriedade nos ditames desta nova ordem da sociedade da informação, encontrando possibilidades para sua formação em tais módulos de conhecimento, para que possa por meio destes saberes, utilizá-los em seu próprio desenvolvimento intelectual e formação escolar ou acadêmica e também situar-se profissionalmente no mercado de trabalho que, com absoluta certeza, está munido das novas tecnologias da informação e prescinde de colaboradores preparados.

Tais propostas de melhorias são irrefutáveis e aqui confirmadas como eficientes dentro das análises propostas e das reflexões bibliográficas apresentadas neste trabalho, por se encaixarem como propostas de ações, possibilidades de melhorias e resultados quanto as contradições e problemas situados atualmente no território brasileiro e com a penúria de seu povo. Sugerem um comprometimento real e indispensável de todos os setores para o alcance do bem estar educacional e social do coletivo por meio de atuações políticas, estratégias e técnicas que beneficiem a educação.

É de inexorável importância a gradual e incessante busca por reformular o currículo e planejamentos educacionais, a fim de que o ensino esteja sempre contextualizado com a realidade do discente e seja atraente ao público infantil e adolescente, tanto em conteúdo como em didática.

Neste ínterim é que o EAD se mostra como uma das propostas de solução em construção neste país, pois busca dar cabo da necessidade premente gerada pela falta de qualidade e acesso da educação de uma forma geral no país.

A importância da interação e da integração do professor para aprender e ensinar à distância se identifica com a necessidade da melhoria da qualidade na educação e vitalidade no ensino, bem como a conscientização do profissional da educação para manter as perspectivas flexíveis e as mentes abertas a fim de conseguir optar pelo aprimoramento contínuo (aceitando mudanças e transformações) e pelo gradual desenvolvimento de seus processos educacionais, combatendo o medo paradigmático das tecnologias informatizadas e das estratégias de ensino a elas inerentes.

O ensino através das características do EAD fortalecem diversos setores psicológicos e cognitivos no ato da aprendizagem, e dá dimensão renovada para o aluno no que tange a aprender a pesquisar, e, sendo assim, construir possibilidades, criar o novo e superar a mera reprodução do conhecimento em prol da criatividade e do aprofundamento das diversas inteligências que possui o ser humano, beneficiando seu universo pessoal, intelectual, social e educacional. O educador Paulo Freire (2002) elucida a coragem, a construção do saber e o senso de desafio em busca da grandeza do conhecimento de que o educador pode lançar mão

> Ensinar não é transferir conhecimentos, mas criar possibilidades para sua produção e construção... Ensinar não é transferir conhecimentos, conteúdos e nem formar é ação pela qual o sujeito criador dá forma, estilo ou alma a um corpo indeciso e acomodado (FREIRE, p.25 – 2002)

PEDAGOGIA DA AUTONOMIA: DEFINIÇÕES

O saudoso professor, educador e advogado brasileiro Paulo Freire foi um precursor de uma corrente teórica sobre o sistema educacional e a situação social do Brasil em relação aos processos de ensino-aprendizagem por nome de “Pedagogia da Autonomia”, cuja definição é ampla, abrangente e sempre aberta a novas formas de aprimoramento.

Tão pertinentes são suas proposições e de cunho social tão engajado, que sua obra é conhecida em todo o mundo, sendo utilizada por educadores de todo o planeta para potencializar a educação.

Os objetivos da Pedagogia da Autonomia afirmam que cada cidadão, aluno, professor, gestor ou líder deste país deve pensar com inteligência emocional e raciocínio coerente que seja focado no humanismo e no amor ao conhecimento, e tem por metas introjetar à esfera intelectual dos alunos de uma forma aprazível e clara, os saberes formais da educação, descobrindo, porém, paralelos entre o saber popular e o erudito, que, na verdade, estão intrinsecamente ligados pela história da sociedade, por meio de atitudes e reflexões que levem ao ser humano à introspecção salutar sobre os sentidos do ensino – que são muitos e aprazíveis – para que o homem possa descortinar as contradições socioeconômicas que o afligem e tenha uma consciência individual clara e concisa, que se baseie também na consciência coletiva para o benefício de todos e o aprimoramento da comunidade, e não apenas do indivíduo.

Com base em tais pensamentos é que Freire (2002) relativiza o sentido do ensino-aprendizagem autônomo e seus objetivos na atualidade, bem como o papel do educando e do educador, considerados pelo caráter ontológico na pedagogia da autonomia como

> [...] mais do que um ser no mundo, o ser humano se tornou uma Presença no mundo, com o mundo e com os outros. Presença que, reconhecendo a outra presença como um ‘não-eu’, se reconhece como ‘si própria’. Presença que se pensa a si mesma, que se sabe presença, que intervém, que transforma, que fala do que faz mas também do que sonha, que constata, compara, avalia, valora, que decide, que rompe. E é no domínio da decisão, da avaliação, da liberdade, da ruptura, da opção, que se instaura a necessidade da ética e se impõe a

> responsabilidade. A ética se torna inevitável e sua transgressão possível é um desvalor, jamais uma virtude (FREIRE, p. 20 – 2002).

Desta forma tal didática pedagógica enfoca justamente que a força de se conhecer ao máximo e o melhor possível a profundidade da educação leva o homem a tornar-se autônomo e crítico contumaz das injustiças e conformidades a que está submetido desde criança e que o levam e uma letargia intelectual e apática, consequenciando em um egoísmo indesejável e nocivo para a sociedade.

Tal autonomia pode e deve libertar e desoprimir, segundo o vernáculo de Paulo Freire, para que o estudante tenha mecanismos para aprender a pensar e questionar, mas não apenas para o benefício próprio e sim cumulativamente, obtendo vantagens para toda a sociedade de forma que, quanto mais se investe na educação e conhecimentos qualitativos em um indivíduo, mais ele se torna consciente de que a sociedade carece de sua ajuda e vice-versa em um processo cíclico e interminável, mas que em cada retorno às origens oportuniza a igualdade, harmonia e sustentabilidade econômica, social, ambiental, política e educacional para todos.

Freire não dispôs diretamente sobre o ensino à distância, mas como suas teorias são comprovadamente eficazes e ao mesmo tempo abertas propositalmente a novas estratégias, pode-se inferir que o EAD tem possibilidades estruturais de apresentar estratégias e soluções para a autonomização do educando, justamente por suas características de flexibilidade e acessibilidade à educação, que são problemas crônicos no Brasil, e, sobretudo, por conta de que um aluno de ensino à distância em todo o decorrer de seu curso, tem a responsabilidade de aprender a ser autônomo para que possa dar conta tecnicamente de suas atribuições acadêmicas e consiga a formação desejada por meio de pesquisas contínuas e aprimoramento das mesmas pela reflexão crítica do contexto social e educacional, que inexoravelmente levarão a mais pesquisas e buscas pelo conhecimento

> Pesquiso para constatar, constatando intervenho, intervindo educo e me educo. Pesquiso para conhecer o que ainda não conheço e comunicar ou anunciar a novidade. Pensar certo, em termos críticos, é uma exigência que os momentos do ciclo gnosiológico vão pondo à curiosidade que, tornando-se mais e mais metodicamente rigorosa, transita da ingenuidade para o que venho chamando de 'curiosidade epistemológica' (FREIRE, p. 32 – 2002)

O sistema EAD se mostra vantajoso em alguns aspectos em comparação ao ensino presencial, e isto porque neste, muitas vezes a autonomia é suprimida em uma sala de aula presencial por falta de tempo para a participação de todos os alunos em debates, discussões e práticas, ou então porque determinado docente tem um tradicionalismo exacerbado em sua didática, crendo-se o "dono do conhecimento" e tolhendo oportunidades de crescimento e desenvolvimento intelectual aos alunos, que tem de ficar apenas como meros ouvintes de sua palestra e não podem participar.

Importante apontar que, nos módulos de ensino à distância tais problemas não tem como ocorrer e o ensino se liberta de alguns grilhões tradicionais à medida que define o aluno como sujeito principal e atuante de sua própria formação, com os subsídios educacionais e intelectuais necessários ofertados de forma sistematizada, técnica e profissional pelos Ambientes Virtuais de Aprendizagem – AVA´s em forma de pesquisas, exercícios e aulas on-line.

Tal estado de coisas pode influenciar toda a educação se receber o devido apoio e souber trabalhar sua publicidade com veracidade e clareza dos fatos que aqui estão sendo expostos, sem o receio de qualquer reprimenda, pois o tempo da autonomia para o cidadão urge, e a força da educação está dentro de cada ser, que em muitas situações não possui o acesso devido ou a informação

correta e bem articulada sobre as possibilidades que já existem na educação, possibilitando uma nova vida individual e social para aqueles a quem a educação chega e que consegue sem preconceitos ou tabus chegar a ela, visto ser o homem um ser histórico e intelectual por natureza e excelência

> Estar no mundo sem fazer história, sem por ela ser feito, sem fazer cultura, sem 'tratar' sua própria presença no mundo, sem sonhar, sem cantar, sem musicar, sem pintar, sem cuidar da terra, das águas, sem usar as mãos, sem esculpir, sem filosofar, sem pontos de vista sobre o mundo, sem fazer ciência, ou teologia, sem assombro em face do mistério, sem aprender, sem ensinar, sem ideias de formação, sem politizar não é possível. É na inconclusão do ser, que se sabe como tal, que se funda a educação como processo permanente. Mulheres e homens se tornaram educáveis na medida em que se reconheceram inacabados. Não foi a educação que fez mulheres e homens educáveis, mas a **consciência de sua inconclusão** (grifo meu) é que gerou sua educabilidade (FREIRE, p. 64 – 2002).

A denominada consciência da inconclusão de Freire tem se tornado cada vez mais rara sob a perspectiva da juventude de grande parte do planeta, devido à potencialização de problemas sociais, econômicos, ideológicos e estruturais muito sérios, de forma que a penúria popular, a falta de estruturas mínimas de moradia e alimentação, a criminalidade, a prostituição, o tráfico e utilização de drogas e armas, a falta de incentivo à educação e suas consequências nefastas na sociedade, tem tornado a clientela escolar alvo de um desânimo e descrédito crônicos, a ponto de considerar a educação como supérflua, indesejável ou somente um caminho para abrir portas de emprego.

Perde-se assim a perspectiva da suma importância do saber que se reflete em todos os aspectos da vida, e por isto a consciência da inconclusão precisa ser disseminada nos meios educacionais, pois deixa claro que jamais saberemos o suficiente em qualquer disciplina que seja; então não podemos perder tempo, mas estar em uma busca constante, incansável e muito agradável do saber, que com certeza, mesmo incompleto pela característica limitada do ser humano, pode proporcionar grandes mudanças e revoluções pacíficas e não passivas na história e na vida de cada um. Isto é educabilidade.

Com base na história recente e com o advento das tecnologias da informação a juventude, que é a clientela primordial dos processos educacionais para sua formação e preparação para a cidadania – tem se desvirtuado do interesse ao estudo gradativamente, utilizando os recursos informatizados para o entretenimento apenas, sem a parcimônia que se deve possuir na utilização desses bens, e negligenciado a necessidade que possuem de aprender e se educar para descobrir quais os limites de sua responsabilidade e a real ação e atuação na sociedade. Freire (2002) aponta a necessidade de haver uma salutar criatividade e curiosidade na essência do processo educacional e da capacidade da criança, jovem e idosos; alunos e professores, a resistir aos problemas que cerceiam e contaminam a cultura da educação brasileira

> Não haveria criatividade sem a curiosidade que nos move e que nos põe pacientemente impacientes diante do mundo que não fizemos, acrescentando a ele algo que fazemos. Como manifestação presente à experiência vital, a curiosidade humana vem sendo histórica e socialmente construída e reconstruída (FREIRE, p. 35 – 2002).

Em busca de equalizar a "competição pela atenção do jovem", reitera-se que cabe a todo o cidadão, bem como aos poderes políticos, aos órgãos legislativos, instituições educacionais nacionais e internacionais, privadas, públicas ou do terceiro setor, para se propor com interesse e veracidade contribuições sérias e concisas, se fazer cumprir metas e projetos em respeito à educação, assim como propiciar ligações entre as políticas

sociais e a economia neoliberal nas questões de recursos, relacionamento mais aberto e investimentos maiores pautados em diálogos entre o capitalismo financeiro com as demandas nacionais da educação.

Tais análises se mostram correspondentes de forma positiva e propositiva às expectativas do tema, pois refletem e dialogam com as estruturas freirianas de autonomia intelectual e social sobre qual o nível de comprometimento deve advir de cada parte da sociedade e como o processo de ensino-aprendizagem do EAD pode contribuir para tal expansão do conhecimento em suas diversificações tecnológicas e possibilidades educacionais de ação, intervenção e interação.

PROPOSIÇÕES DE MARKETING PARA O ENSINO À DISTÂNCIA

As ciências administrativas podem contribuir em muito para os processos de gestão pública e privada da questão da educação no Brasil, pois levam em seu bojo a capacitação para gerir toda e qualquer instituição desde que o objetivo seja claro e o benefício propício. E, dentro do universo administrativo, o marketing trata da mercadologia, sendo um sistema integrado e de múltiplas bases para o conhecimento do mercado, da clientela, da forma de abordagem e da oferta de soluções, pautando pesquisas de demanda concatenadas e contextualizadas com o panorama social e econômico.

Entende-se, no espectro dos problemas sociais e educacionais enfrentados pelo país conforme anteriormente citado neste trabalho, que o ensino à distância tem em sua própria estrutura flexível a possibilidade de alavancar uma reação positiva e duradoura para a realidade educacional, porém, é de se apontar como passível de melhorias as condições, investimentos e estratégias apresentadas pelos protagonistas diversos deste módulo de ensino ao atingir o público.

A despeito de tantas propagandas nas mídias, outdoors e folhetins distribuídos aos milhões, o marketing precisa ser revisto para ser potencializado de maneira holística e abrangente, munido de novas estratégias para que haja uma verdadeira revolução da propaganda sobre o ensino à distância, a fim de que com informações ainda mais claras e impactantes possa chamar a atenção do brasileiro para a educação em geral e para os benefícios reais que possibilitam.

Para fundamentar as teorias e metodologias que o marketing possui e que podem ser refletidas por quem de direito, Philip Kotler (2003) infere com clareza de espírito e conhecimento científico do mercado e de públicos-alvo

> Marketing não é a arte de descobrir maneiras inteligentes de descartar-se do que foi produzido, mas é a arte de criar valor genuíno para os clientes. É a arte de ajudar os clientes a tornarem-se ainda melhores. As palavras-chave dos profissionais de marketing são qualidade, serviços e valor (KOTLER, p.27 – 2003).

O conceito de “valor” para o sistema educacional e para a clientela escolar neste raciocínio significa valorizar primeiramente o próprio aluno, o próprio cidadão, independentemente de suas condições socioeconômicas, o que pode ser feito por meio de promoções e bolsas de estudos em EAD para os menos favorecidos – contando com auxílio e subsídios públicos e privados externos à instituição escolar – para que novos clientes, isto é, novos alunos, em grande quantidade, possam ter acesso garantido, não apenas por preços acessíveis, mas por valores irrisórios que deem possibilidade de estudo à distância com excelência a milhares de pessoas desempregadas, em regiões distantes e carentes, realmente sem condições de pagar pelos cursos.

Tal situação é uma das muitas formas de se gerar valor no cliente, que se sentirá importante e integrado a um processo, sabendo aproveitar a formação que alcançou

para o benefício de muitos, especialmente na região carente de onde é oriundo.

Não é uma questão de assistencialismo, mas de preparação da sociedade por meio de técnicas administrativas de investimento e risco, cultivando clientes antigos ao mesmo tempo em que obtendo novas demandas, pois tais clientes-alunos serão multiplicadores e defensores do sistema, o que potencializará as matrículas por aqueles que podem obter o produto de ensino à distância dinâmico e de qualidade por preço justo, gerando valor na confiança por ele depositada no processo educacional via tecnologia.

A arte administrativa de valorizar e satisfazer o cliente para agregar potencial pode e deve ser usada para o desenvolvimento social do Brasil no recorte educacional proposto, por meio de estratégias focadas em conhecimento de causa da clientela e empreendedorismo do mercado educacional EAD para se assumir riscos e investir no cidadão. Sobre uma gestão de marketing profícua e voltada ao aprimoramento socioeducacional, as proposições de Kotler são plausíveis e recomendadas

> Gestão de marketing é a arte e a ciência de escolher os mercados-alvo e de conquistar, reter e cultivar clientes, por meio da criação, comunicação e fornecimento de valor superior para os clientes... Marketing é a função empresarial que identifica necessidades e desejos insatisfeitos, define e mede sua magnitude e seu potencial de rentabilidade, especifica que mercados-alvo serão mais bem atendidos pela empresa, decide sobre produtos, serviços e programas adequados para servir a esses mercados selecionados e convoca a todos na organização para pensar no cliente e atender ao cliente (KOTLER, p.11 – 2003).

As escolas que oferecem a modalidade em questão devem se ater ao consumidor com crescente interesse e estratégias de conquistas, pois, demarcando novos territórios haverá sustentabilidade econômica, e, além disso, intentará satisfazer todo um país pela educação, por meio de se demonstrar a eficácia àqueles que nunca poderão adquirir no tempo de sua vida tal produto/ serviço educacional, entendendo a prática altruísta como estratégia de vendas para expandir o mercado de ensino com vistas ao desenvolvimento humano e social, e é claro, com perspectiva de lucratividade a fim de manter o negócio e agregar valores para a sustentação de cada instituição. Reiterando tais conceitos, o autor conclama

> A cantilena da Revolução industrial foi a do fabricante que apregoou 'Isto é o que faço; alguém quer comprar?'. A convocação da Era da Informação é a do consumidor, que conclama: 'Isso é o que quero; alguém quer fabricá-lo?' (KOTLER, p.10 – 2003).

É preciso clarificar e expandir o conhecimento popular e erudito, transformando as práticas estruturais de comunicação e informação como atuantes e preparatórias para transformar também a realidade educacional por que passa o povo brasileiro atualmente.

O Marketing da Educação para o Mercado de Trabalho: Investimento em Propaganda

Em pesquisas de mercado de trabalho interligadas com cotejamentos sobre a efetividade do ensino à distância, é ponto comum a opinião de CEO´s, diretores, gerentes e até acionistas bem preparados de empresas multinacionais conceituadas de diversos segmentos e instituições renomadas do país, que afirmam na atualidade sobre o perfil profissional do aluno EAD, inferindo que o indivíduo que possui formação técnico-profissionalizante, graduação ou pós-graduação em formação e ensino à distância é mais preparada que outras para trabalhar em suas corporações, pois tem características oriundas da experiência com este módulo de estudo que as apontam como disciplinadas, detalhistas, proativas, empreendedoras e munidas de capacidade de interação com relativa facilidade com os processos de capital da informação e

organizacional, bem como possuem conhecimento, experiência, dinamicidade e identificação com as tecnologias da informação, o que é imprescindível para a eficácia de seu trabalho.

Em empreendimentos estruturais administrativos desta ordem, dentro dos contextos supracitados, obtém-se o valor intelectual e profissional oferecidos por uma educação mais presente e de qualidade, e, ao mesmo tempo, abrem-se portas de possibilidades de atuar e ascender na vida profissional e conquistar no ambiente de livre mercado seu próprio espaço e conforto.

È necessário abordar – via estratégia de marketing eficaz – ao brasileiro que está mais distante de conhecer as vantagens que podem modificar sua vida por meio de um esforço consciente muito menor do que sequer imaginava. É premente melhorar os meios de comunicação, propaganda e publicidade em seu conteúdo e direcionamento.

Kotler (2003) define com grande propriedade o conceito de promoção, que pode dinamizar fórmulas para divulgação e propagandas, gerando resultados a médio e longo prazos muito satisfatórios, de sorte que é preciso buscar outras clientelas em regiões diversificadas com características sociais e econômicas variadas

> Promoção é parte da comunicação que se compõe das mensagens destinadas a estimular as pessoas a tomar consciência dos vários produtos e serviços da empresa, interessando-se por eles e comprando-os. As empresas lançam mão da propaganda, da promoção de vendas, do pessoal de vendas e de relações públicas para disseminar mensagens destinadas a atrair atenção e interesse. **A promoção não será eficaz se não atrair a atenção** (grifo meu). Mas hoje recebemos uma enxurrada de informações impressas, transmitidas por rádio e televisão ou acessadas pela Internet. Defrontamo-nos com 2 bilhões de páginas da Web, 18 mil revistas e 60 mil novos livros por ano. Em resposta, desenvolvemos rotinas para proteger-nos da sobrecarga de informações. Jogamos fora a maioria dos catálogos e malas diretas recebidas, sem nem sequer verificar seu conteúdo; deletamos mensagens de e-mail indesejáveis e nos recusamos a abordagens por telefones. Em consequência os profissionais de marketing precisam analisar como as pessoas em seus mercados-alvo distribuem sua atenção, a fim de determinar a melhor maneira de conquistar maior fatia da atenção dos consumidores. (KOTLER, p.31 – 2003)

Outra facilidade oferecida aborda os valores monetários mais acessíveis dos cursos à distância, possibilitando o acesso de pessoas de classes econômicas menos abastadas, e, sobre a relevância de se investir em propagandas mais agressivas e passíveis de obterem a atenção da clientela escolar tão carente de incentivos, o autor infere

> Hoje, as empresas recorrem cada vez mais à imagem e ao marketing emocional para conquistar participação na mente (mindshare) e no coração (heartshare) dos clientes. Embora as emoções sempre tenham desempenhado papel importante em marketing, a tendência vem ganhando força. O velho mantra recomendava que as empresas superassem os concorrentes na oferta de alguns benefícios, mas na economia de hoje as empresas copiam rapidamente as vantagens competitivas dos concorrentes, até que deixem de ser fator de diferenciação. (KOTLER, p.90 – 2003)

Tais benefícios expressam uma preocupação dos gestores, trabalhadores, pensadores, legisladores e defensores do EAD sobre a necessidade da educação como ponto nevrálgico de reflexão humana e cultural que fazem tanta falta no cotidiano dos centros urbanos ou mesmo de áreas longínquas deste país, e cuja carência dá margem a inúmeras tribulações sociais das quais o povo brasileiro é vítima. Logo, segundo as premissas democráticas, políticas, ideológicas, jurídicas e sociais que são alardeadas a exaustão no Brasil e carecem de comprometimento e prática mais efusivos, todo o cidadão deveria, inexoravelmente, possuir acesso aos benefícios

informativos desta Era Virtual, em que, segundo o senso comum das ciências acadêmicas e produtivas administrativas, o futuro não precisa e nem deve ser previsto, mas sim construído.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O enfoque principal deste artigo é o caráter interdisciplinar de gestão educacional por conta da variedade de dimensões que envolvem a relação entre instituições de ensino à distância e sua clientela acadêmico-escolar, assim como da abrangência de seu alcance e das inúmeras instituições públicas e privadas que são envolvidas nos processos da administração geral do sistema formal de ensino-aprendizagem no Brasil.

Os objetivos propostos apontam a tentativas de se pensar soluções através, inicialmente, do esclarecimento dos problemas educacionais, sociais e econômicos brasileiros, bem como propostas para se valorizar a educação autonomizadora concatenada com a educação à distância como premissas principais das análises construídas por metodologia de revisão bibliográfica dos autores de referência.

O aspecto técnico-administrativo deste artigo abordou de forma concomitante, as conceitualizações das estratégias de marketing sob um panorama geral que indicou possibilidades de melhorias nas diversas áreas administrativo-publicitárias das instituições públicas e privadas responsáveis pelo ensino à distância, de forma a pensar, readequar e contribuir com sua otimização e aprimoramento.

Para tanto o autor direcionou a perspectiva científica por meio de análises e propostas de conscientização e reflexão para os processos educacionais, a fim de dinamizarem os conceitos sobre a instante e imprescindível importância da educação no país, imprescindível para auxiliar na transformação do homem e da sociedade, ensinando e autonomizando o ser social para o enfrentamento das contradições sociais, políticas, econômicas, éticas e morais que historicamente assolam a nação brasileira.

Tais propostas, construídas e refletidas, são eficazes para levar a educação a novos patamares, e com certeza são aplicáveis ao ensino à distância tanto quanto ao ensino presencial por seu caráter ontológico e prático. Assim, apresentam a possibilidade de resolver os problemas propostos, porém, de maneira gradual e metódica, abordando sistematicamente cada ponto de melhoria a seu tempo e com a dedicação dos setores e personalidades necessários, uma vez que a conjuntura extensa e variada dos problemas educacionais e da pertinência do EAD para resolvê-los, e, ainda, da praticidade e efetividade do marketing para aprimorar esta última, não tem como apresentar resultados imediatos ou soluções completas em pouco tempo.

Podemos considerar que a educação tem condições para modificar – quando necessário – a cultura de um povo, representando um primeiro passo para a transformação dos processos que estão engessados, estagnados ou bloqueados por forças maiores ou por calamidades sociais acumuladas por séculos, como a corrupção, a fome, a criminalidade, a falta de moradia e o analfabetismo crônico, que também se expressam na atualidade como analfabetismo tecnológico, impedindo o acesso e compreensão de possibilidades que podem aprimorar os estudos e intelectualidade da nação, assim como promover o ingresso dos educandos no mercado de trabalho, que já há muito está munido de tais tecnologias para potencializar o fenômeno da oferta e demanda e dinamizar a economia do país.

São fortes e promissoras as possibilidades de construção de processos em busca de resultados para atender as carências envolvendo o marketing na educação à distância, por meio dos subsídios das pesquisas

e propostas de Philip Kotler, Paulo Freire e a análise das demais referências bibliográficas de autores consagrados e instituições ligadas aos seguimentos apresentados como o MEC e a ABED.

Por tais características entende-se que a utilização de tais saberes para potencializar a expansão do EAD no Brasil é pertinente e adequada, e que as teorias trabalhadas alcançaram sólido objetivo: determinar e incentivar atuações contundentes sobre o marketing para o aprimoramento da educação,com caráter de informação,conscientização e senso de difusão do saber. Para tanto a importância do marketing do EAD é inegável, pois, em forma de linguagens diversificadas e propagandas realmente marcantes, pode melhorar as chances de ingresso e continuidade ao cidadão no ensino formal continuado à distância, e subsidiar seu desenvolvimento humano, social, cognitivo, intelectual e profissional, combatendo alguns tabus e paradigmas que envolvem e atrapalham a aceitação e divulgação dos processos da educação à distância.

São pertinentes para gerarem um upgrade no desenvolvimento individual do então aluno, apresentando consequências de desenvolvimento coletivo para a sociedade e partícipes na continuidade e sustentabilidade econômica das instituições de ensino, por meio de uma demanda crescente de matriculados cujos objetivos de formação educacional e profissional sejam imersos no foco social e autônomo, sendo alunos conscientes da importância de seu papel também na responsabilidade social.

Por fim, a pretensão aqui foi a de apontar a importância de um gerenciamento estratégico mais agressivo do marketing para a divulgação do sistema EAD feito de maneira engajada e efetiva, sendo os resultados de seu sucesso não apenas a sustentabilidade econômica das instituições que o oferecem, e nem ainda apenas a ascensão socioeconômica individual do aluno que se nutre de tais vantagens para o estudo, mas sobretudo, do desenvolvimento humano e social da coletividade e do país de forma holística; o que depende deste produto de indiscutível importância: a educação autônoma, contínua e possuidora de forte caráter social, sendo o EAD sinônimo de acesso e possibilidades potencializadas.

REFERÊNCIAS

Associação Brasileira de Educação à Distância – ABED – **Dados Institucionais e missão da ABED -**Disponível em: http://www.abed.org.br/site/pt/institucional - Acesso em: 21 de setembro de 2014.

Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT / **NBR 14724:2005 -Normas ABNT sobre Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos - Apresentação.** Disponível em: http://www.abnt.org.br - Acesso em: 24 de julho de 2014.

Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT / **NBR 6023:2000 – Informação e Documentação – Referências - Elaboração.** Disponível em:

http://www.coenge.ufcg.edu.br/arquivos/Arquivo_41.pdf - Acesso em: 24 de Julho de 2014.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: Saberes necessários à prática educativa.**21.ª Ed. - Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 2002.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Esperança: um reencontro com a pedagogia do oprimido.** Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1992.

Instituto Universal Brasileiro – IUB. **Dados Institucionais: Quem somos.** Disponível em: http://www.iub.com.br - Acesso em: 12 de setembro de 2013.

PIAGET, J. **A Tomada de Consciência**. 3.ª Ed. - São Paulo: Melhoramentos e Editora da Universidade de São Paulo, 1977.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z – 80 conceitos que todo profissional precisa saber.** 7.ª Ed. - Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2003.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 7.ª Ed. - Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2003.

THIESEN, Juares da Silva. **A interdisciplinaridade como um movimento articulador no processo ensino-aprendizagem.** Revista Brasileira de Educação. Vol. 13 no. 39. Rio de Janeiro. Sept./Dec. 2008. In: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-24782008000300010&script=sci_arttext. Acesso em: 22 de outubro de 2013.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO. **Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.** Disponível em: http://www.unesco.org/new/pt/brasilia - Acesso em: 01 de setembro de 2014.

O autor declarou não haver qualquer potencial conflito de interesses referente a este artigo.