

## ROTINA ACADÊMICA E O UNIVERSO DIGITAL SOB A ÉGIDE DO COVID-19

Luiz Carlos dos Santos

É notório que a pandemia do coronavírus vem pegando a população de surpresa. É certo, também, que há despreparo das escolas de ensino fundamental e médio bem como das Universidades, quer públicas, quer privadas, no tocante ao tratamento profissional na relação de consumo que existe com estudante.

A revolução digital iniciou de maneira bem lenta no mercado da educação brasileira, ressaltando-se que no ensino superior essa é uma realidade que vem ganhando novos adeptos diariamente, porém, isso é algo ainda distante de expressiva parte da população brasileira.

Percebe-se, nesse universo, que as grandes redes de ensino, inclusive escolas públicas não contam com um processo de digitalização do conteúdo para fornecer embasamento de qualidade *on-line*. A problemática acentua-se quando se cogita usar um programa de CRM (*Customer Relationship Management*) - <https://www.agendor.com.br/sistema-crm/> - eficiente que forneça conteúdo, além das operações tradicionais de cobrança, para engajar os estudantes, construir uma relação de confiança e entregar materiais didáticos ricos durante a sua jornada é algo bem fora da realidade das instituições.

Para além de tudo isso, existe a falta de equipamento adequado para professores e para o alunado. O isolamento social poderia facilmente ser aproveitado para reforço de conteúdo ou mesmo para debater temas atuais em aulas de geografia, história e filosofia, entre outras. Nem tudo será possível resolver no decorrer da crise, mas o certo é que precisa existir uma revolução digital nos departamentos de marketing, relacionamento com os estudantes e também nas coordenações de curso.

As instituições, inclusive as públicas, precisam ter registro digitalizados de interações dos alunos e aprender a usar dados da sua carteira de clientes (<https://www.agendor.com.br/blog/o-que-e-carteira-de-clientes-ativa/>). Sim, os alunos, mesmo consumindo um serviço, necessitam ser vistos como tal e ter um tratamento mais profissional, setor em que a maioria das instituições ainda peca.

É preciso armazenar informações do alunado acerca de cursos realizados, aulas ministradas, frequência, se existe atuação ou não no mercado de trabalho, promover debates presenciais e *on-line* e se comunicar melhor com toda a comunidade acadêmica.

Inúmeras vezes um bom evento não conta com público desejado, mas isso ocorreu justamente por falha no processo de divulgação? Apenas um panfleto pelos corredores ou

mesmo na sala de aula não é suficiente.

Os estudantes estão *on-line*, por e-mail ou redes sociais, os profissionais também. O que carece nas instituições é unir estas duas pontas.

A revolução digital está acontecendo de forma gradativa no ensino a distância (EaD). Entretanto, quem é gestor do segmento da educação precisará, urgente, entender sobre sistemas de CRM, de jornada do consumidor para manter o aluno engajado por mais tempo com a instituição, promover palestras *on-line* via *streaming*, auxiliar na vida pós-instituição, gerando uma relação de confiança com o indivíduo.

Já nas Instituições de Educação Superior (IES) mantidas pelo erário (federal, estadual ou municipal) é preciso que os gestores busquem incluir os estudantes carentes - muitos não conseguem interagir digitalmente porque falta-lhes até mesmo o aparelho celular, quiçá redes.

Espera-se que as Instituições percebam a necessidade de avançar tecnologicamente em meio a pandemia, dando o tratamento profissional na relação de consumo que existe com o alunado.

#### REFERÊNCIAS

SANTOS, Luiz Carlos dos. **As TIC,s e o universo acadêmico**. Disponível em: <[www.lcsantos.pro.br](http://www.lcsantos.pro.br)>. Acesso em: 30 abr. 2020.

**PORTAL DA REVISTA GESTÃO UNIVERSITÁRIA**. Disponível em: <<http://www.gestaouniversitaria.com.br/artigos/ead-e-home-office-mudam-a-rotina-de-milhares-de-brasileiros>>. Acesso em: 02 maio 2020.

LUIZ CARLOS DOS SANTOS  
[www.lcsantos.pro.br](http://www.lcsantos.pro.br)