

inovação

Sobre gladiadores e gestores educacionais



Diógenes Mendes*

Quem já assistiu a um filme da Roma antiga, deve ter percebido que as armas eram escolhidas criteriosamente pelo lutador. Os gladiadores eram colocados em sangrentas disputas nas arenas, enquanto uma multidão eufórica assistia. As opções de armas eram variadas: espadas, tridentes, adagas, martelos, mangual, etc. Tamanhos e pesos também diferiam. Algumas pesavam tanto que não era qualquer mortal que poderia manuseá-las. Todas eram empunhadas com exímio controle, após anos de treinamento. Cada gladiador tinha uma ou duas armas preferidas, selecionadas em função de seu biótipo, das características do opositor e do local da batalha. Algumas possuíam cabos longos e pontas afiadas e permitiam alcançar inimigos a distância. Se o gladiador era mais leve, optava por espadas leves e longas e apoiava-se em sua forma ligeira de lutar.

Imagine a luta, embora não romana, entre Davi e Golias. Davi iria enfrentar no corpo a corpo um gigante como Golias, que portava uma lança cuja ponta continha seis quilos de metal. A principal arma escolhida por Davi, mais do que simples pedras a serem atiradas com sua funda, foi a distância. Seu oponente não o encontraria para desferir seus golpes, mas receberia algumas pedradas. É incrível relembrar esses fatos ocorridos e

perceber que os mesmos tenham sido esquecidos por instituições educacionais dotadas de gestores bastante instruídos. Vivemos um período de batalhas, e as armas estão sendo escolhidas de forma errada. As atuais competições no mercado precisam de estratégias de guerra e, nas guerras, as armas posicionam o lutador em um local fundamental diante de seu opositor: na mente. É nela que a guerra começa a ser vencida. Ali, cada combatente pode gravar sua identidade, que pode ser de uma instituição forte, ou ágil, ou então capaz de combater corpo a corpo para conquistar seus clientes.

Nas batalhas romanas, o importante era enviar a mensagem e ter a certeza de que o opositor tinha entendido, gerando a dose certa de terror. Era como dizer: “Eu vou esmagar você!”, enquanto o outro dizia: “Antes que chegue perto de mim, já terei alcançado você!”.

E como estão as batalhas hoje? Um verdadeiro jogo de encenações ou equívocos. As instituições estão blefando ao tentarem inibir seus concorrentes, ou equivocadas ao portarem armas que mal conseguem carregar. Algumas mensagens, como: temos os melhores laboratórios, escolas de esportes, escolas de música, salas em 3D, e outras coisas mais, acabam por “pesar no bolso” da própria esco-

la, que não consegue repassar os custos para suas mensalidades. E, no meio dessa disputa, surgem diversos competidores que dizem: “Eu também”. Isso contribui para a confusão na mente do principal interessado - O CLIENTE - e acaba por commoditizar o ensino, levando a decisão das famílias para onde nunca deveria ter ido, para O PREÇO!

É hora de buscar o único caminho que interessa e que não é um beco sem saída: o contato direto com o seu cliente. Quem é ele? O que ele deseja? Que estrutura deve ser montada para ofertar o que ele anseia? O cliente é o verdadeiro norte da bússola moderna. Orientar-se por um mercado que “inova na mesmice” é suicídio. É o gladiador que blefa equivocadamente.

Fuja da batalha em que só sobrarão derrotados. Um verdadeiro campeão se faz com conhecimento e aparelhamento adequado. Estude seu cliente e escolha suas armas. Por último: muito suor! Surpreenda seus adversários, oferecendo os benefícios únicos que o seu cliente deseja. Pense no longo prazo, pois uma escola de excelência se faz olhando para o futuro. Inove. O sucesso do passado tem lugar reservado somente em lápides. ■

*Educador e consultor educacional

diogenes@ciavest.com.br