Depois que escrevi sobre “O Professor Data-show”, decidi enveredar meus escritos pelo ao ambiente educacional e seus atores. Esse cenário sempre nos apresenta (além de fascínio), no mínimo, temas para uma boa reflexão, como essa que trago nesse momento. Tenho realizado visitas a diversas instituições de educação, públicas e privadas. Em todas, conseguimos colecionar opiniões sobre essa questão: quem é o cliente do professor? Já adianto que é o aluno. Agora irei dizer o motivo.

Para os administradores o cliente é tão importante “que pode demitir todos os funcionários de uma Universidade, do seu Reitor ao atendente, simplesmente transferindo-se para outra instituição.” Essa é uma adaptação que fizemos da famosa citação de Sam Walton, fundador do Wal-Mart, sobre a importância da clientela. A Portaria MEC n. 230/07 corrobora nossa tese, sabem disso os mantenedores educacionais.

Portanto, na atual perspectiva da economia mundial, o aluno deve ser considerado um cliente e ponto final? Realmente este cliente possui demandas específicas e precisa de atenção redobrada por parte dos executivos educacionais. Na educação superior não é diferente. Falo agora de um dos segmentos com a clientela mais exigente, confirmado inclusive nas pesquisas realizadas pelo INEP/MEC durante o Enade. Todavia, cabe ao docente gerenciar (e evitar) possíveis conflitos em uma sala de aula, pois ele é parte indissociável da instituição educacional. Do contrário, deve exercer outra atividade qualquer, menos lecionar.

Ter o aluno como cliente é mais do que um conceito, é agir com profissionalismo na relação aluno; professor; e instituição de ensino. Muitas vezes os docentes pecam ao não realizarem um contrato didático no primeiro dia de aula; ou “prometem” demais, causando expectativas e frustrando seu público; a falta de flexibilidade frente ao perfil dos discentes pós LDB/96 é outro erro e, o pior, muitos demonstram insegurança e despreparo em sala de aula. O docente deve conhecer seu papel de orientador e não apenas de mero transmissor de conhecimentos. Costumo dizer que lecionar “é uma arte”, é para poucos!

Sob o prisma jurídico esse conceito de cliente, visto como um consumidor, foi esgotado há muito tempo. A Lei n. 8.078/90, conhecida como Código do Consumidor, assevera em seu Art. 2º: “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Inclusive, em demandas judiciais versando sobre danos morais os docentes e diretores de instituições têm sido indissociáveis, também, nas condenações impostas pelos juízes.

Para tranqüilizar meus colegas de sala de aula, gostaria de responder: onde fica o professor exigente nesse contexto? O professor, principalmente aqueles com um “perfil mais exigente” devem ser preservados e disputados pelas instituições de ensino. Não existe choque entre o professor exigente e o aluno “cliente”. Agora devemos deixar claro para os discentes que seus limites estão estampados no regimento; no contrato de prestação de serviços educacionais e no código de ética das entidades de ensino. Ou seja, se “bobear vai dançar!”

Não defendemos os alunos arrogantes e prepotentes que dizem: “eu pago”, “eu tenho direito”. Não é por aí. Buscamos equacionar essa situação demonstrando ao professor que ele não deve entrar em conflito com seu cliente, este na mesma escala de direitos, possui obrigações.

E agora: ponto final!