

# ESCOLA DO FUTURO OFERECE ENSINO À DISTÂNCIA PAGO

Equipe da Revista Adusp

*O Centro de Capacitação Profissional desse núcleo de apoio à pesquisa promove cursos presenciais, semi-presenciais e à distância cujos preços variam de R\$ 112 a R\$ 600 por aluno*

**A** Escola do Futuro é um dos núcleos de apoio à pesquisa (“naps”) criados oficialmente com base na Resolução 3567/90. Entre 1992 e 2000, a Escola do Futuro recebeu, por intermédio da Fundação de Apoio à USP (Fusp), verbas externas que totalizaram US\$ 4.736.275,65, em diversos projetos. Mas esse “nap”, autodefinido como “laboratório interdisciplinar que investiga como as novas tecnologias de comunicação podem melhorar o aprendizado em todos os seus níveis” (<http://www.futuro.usp.br/>), também é um ativo promotor de cursos pagos.

Os cursos são oferecidos por intermédio do Centro de Capacitação Profissional, os preços variam de R\$ 112,00 a R\$ 600,00, e os interessados são avisados de que o pagamento

“deverá ser feito com antecedência mínima de cinco dias úteis, antes do início do curso”, e de que a “Escola do Futuro da USP reserva-se o direito de cancelar o curso caso não haja número mínimo de participantes”.

Dois cursos à distância foram agendados para os meses de agosto e setembro: “Fundamentos de Telecomunicação”, de 90 horas-aula, ao preço de R\$ 540,00, com turma entre 10 e 30 alunos, e “Criando e usando Wikis: ferramenta de colaboração online”, de 36 horas-aula, ao preço de R\$ 150,00.

Em julho foi realizado o curso semi-presencial “Educação a Distância: Planejamento e Implantação de Cursos”, com carga horária de 68 horas, “quatro encontros presenciais quinzenais e interação *on-line* nos períodos interdiários”. Cada aluno pagou R\$ 600,00.

Os cursos presenciais do “Programa de Gestão Básica para Escolas”

e do “Programa de aperfeiçoamento profissional para atendentes escolares”, com preços entre R\$ 112,00 e R\$ 150,00, previstos para o final do primeiro semestre, foram cancelados. A leitura das ementas desses cursos revela uma concepção da educação como produto à venda no mercado.

É o caso do curso “Marketing e vendas para escolas”, que compreendia os seguintes temas: “Endomarketing”, “Ações simples de marketing que ajudam a fortalecer a imagem da escola na região”, “Venda de serviços educacionais”, “Entendendo o produto ‘educação’ do ponto de vista mercadológico”. O curso “Gestão financeira básica”, por sua vez, incluía os temas “Processo decisório na área de resultados nos pequenos e médios negócios”, “Projeções de resultados; custos fixos e variáveis; simulações e antevisão do lucro” etc.