

Marketing dos métodos

A professora Maria Luiza Argelim, do Departamento de Métodos e Técnicas (DMT) da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília (UnB), levanta uma polêmica quanto aos métodos pedagógicos.

“Eles se tornaram uma estratégia de marketing para as escolas, ficando mais na promessa que na efetividade”, avaliou.

Para a professora, especialista em educação de adulto, há muita incoerência entre a proposta pedagógica e sua execução pelas escolas.

“O método não terá eficácia se não forem respeitadas as características de cada aluno”, observou Maria Luiza Argelim.

Brincar — Por isso, na opinião

da professora do DMT, é necessário que os estabelecimentos de ensino não ignorem que a criança aprende melhor brincando.

“Então, qualquer método que respeite a criança como um ser brincante, terá bons resultados de aprendizagem”, completou Maria Luiza Argelim.

A escolha da boa escola para o filho, ainda segundo a professora do DMT, depende do que o pai quer.

“Um depósito seguro para guardar a criança, enquanto trabalha, ou um espaço para desenvolver sua inteligência”, afirmou. “Neste último caso, temos poucas unidades”, concluiu Maria Luiza Argelim.