

Veredas

EDUCACIONAIS

Campanha de Matrículas

A hora da colheita começou.
Sua escola está preparada?



ENSINO

ROBÓTICA
E ESPAÇOS
MAKERS NAS
ESCOLAS

PÁG. 10

FINANÇAS

GESTÃO
FINANCEIRA
EFICAZ

PÁG. 12

GESTÃO

COMO MANTER
SUA EQUIPE
MOTIVADA

PÁG. 30

CAPELANIA

DROGAS NAS NOSSAS
ESCOLAS: ENCARANDO
ESSE PROBLEMA
DE FRENTE

PÁG. 32



EDUCAÇÃO CONFESSIONAL CRISTÃ PARA FORMAÇÃO INTEGRAL DO ALUNO

- Excelência acadêmica e tradição
- Aprendizagem significativa
- Alfabetização com método fônico
- Suporte pedagógico
- Plataforma educacional

Conheça mais sobre
o Sistema Mackenzie
de Ensino.

Telefone (11) 2114-8040

SISTEMASDEENSINO.MACKENZIE.BR



Sistema
Mackenzie
de Ensino

*Duas pontas, dois idiomas,
dois caminhos que multiplicam
possibilidades de pensar,
aprender e educar.*



**TODA
ESCOLA
PODE SER
BILÍNGUE.**

1 A 14 ANOS: DO BERÇÁRIO AO FUNDAMENTAL 2



TWICE
educação bilíngue

TWICE. Inglês para Escolas Bilíngues.

twicebilingual.com.br

contato@twicebp.com.br

21 3628-3103

21 96860-6545

EDITORIAL

É tempo de planejamento e ação!

No dia a dia de uma escola, os gestores educacionais recebem demandas e solicitações de todos os lados de sua equipe, todos com a sua urgência e importância. No entanto, como descreve a matéria de capa, a janela de tempo do processo de matrículas e matrículas de novos alunos é única no ano e requer muita atenção.

Pensando nisso, a segunda edição da Revista Veredas traz matérias e artigos com o fito de refletir, junto a você, sobre esse período que antecede a preparação da sua campanha de matrículas para 2020. A matéria de capa busca contribuir com as discussões sobre o tema com profundidade – a importância de planejar, como fazê-lo e quais pontos devem ser observados com cuidado para um bom resultado.

Ademais, outros artigos e matérias dessa edição também falam de temas correlatos ao processo de matrículas, como a importância da motivação da sua equipe e como usar os eventos da sua escola ao seu favor.

Em Provérbios 21:5, lemos que “os planos bem elaborados levam à fartura; mas o apressado sempre acaba na miséria”. Dessa forma, esse é o momento de planejamento e de investimento de tempo e recursos para a gestão do seu processo de matrícula. Lembre-se: essas ações são fundamentais para manter a saúde financeira da sua instituição com a entrada e retenção de alunos.

Como tudo começa com a oração, que o Espírito Santo inspire a todos nessa fase e que a colheita seja farta, para a glória do Senhor e transformação de vidas pela ação das escolas cristãs em todo o Brasil.

Um grande abraço, com desejo de uma boa leitura.

Leonardo Ribeiro de Oliveira
Coordenador Geral
leonardo@agencialk.com.br



Expediente

Revista Veredas Educacionais

Diretores

Rogério Moreira Scheidegger
Leonardo Ribeiro de Oliveira

Coordenação Geral

Leonardo Ribeiro de Oliveira

Conteúdo / Revisão

Carolina Wassoller Entringer

Projeto Gráfico / Design

Márcio Nunes

Comercial

Wanderson Souza

Colaboradores desta edição:

Carolina Julia Pintos dos Santos,
Cassius Gonçalves, Diego Nascimento,
Eduardo Ferreira, Gilbert Salazar
Baptista, Jadson do Prado Rafalski,
Lilian Regina Neves Barbosa e
Wellison Magalhães.

Fotografias

Thiago Bomfim, banco de imagens da
revista e imagens de divulgação.

Contatos comerciais:

comercial@prospectaeducacional.com.br

(27) 2142-7974

www.prospectaeducacional.com.br

www.revistaveredas.com.br

Uma produção:

Prospecta Estratégia Educacional

Endereço:

Rua Cândido Portinari, 27 - sls
806/807 Santa Luiza - Vitória /ES
Cep 29045-415

Whatsapp:

(27) 99241-3383

Distribuição gratuita dirigida a
gestores de instituições educacionais
cristãs, anunciantes do segmento,
educadores e associações de escolas.

Tiragem: 1.200 unidades (impresa)

Digital: Mais de 4.000 gestores e
educadores

FORMAÇÃO SOCIOEMOCIONAL

DESENVOLVENDO O CARÁTER CRISTÃO

Instituto
Hexis



Bene:)

Formação Ética e Socioemocional

- **Currículo Completo**
- Do Maternal ao Ensino Médio



IOLENE LIMA
Consultora Educacional

O Bene, eu aprovo e recomendo!

E aí, curtiu? Ligue agora mesmo para
conhecer toda a nossa coleção ou se
preferir, acesse nosso site.

+55 (31) 3429.7390

www.institutohexis.org.br



Base
Nacional
Comum
Curricular :)

Nesta edição

8 **Memória:**
cultura organizacional, imagem e a marca institucional

10 **Robótica e Espaços Makers nas escolas**

12 Importantes insights para uma
Gestão financeira eficaz

14 **O uso da tecnologia 4.0**
para a continuidade das escolas

16 **Ausência paterna**
e o desenvolvimento dos filhos

18 **Campanha de matrículas:**
a hora da colheita chegou. A sua escola está preparada?

26 **Prospecta Summit 2019**
reúne dezenas de gestores educacionais em BH e no RIO

28 **Junta de Missões Nacionais Batista**
Mudando o país por meio da educação

30 **Como manter sua equipe motivada?**

32 **Drogas nas nossas escolas:**
encarando esse problema de frente

35 **Aluno do Colégio Batista Fluminense vence concurso mundial e visita a NASA**

36 Aula tradicional x Ensino integrado (CLIL):
Quais as diferenças para realmente ser bilíngue

38 **Os benefícios de um processo de coaching educacional e vocacional**

40 **A escola deve ensinar boas maneiras ou só Português e Matemática?**

42 **Instituto Metodista Granbery completa 130 anos**

43 **Os princípios para uma boa comunicação**

44 **O evento da sua escola como fator de reforço**

45 **ABIEE realiza Simpósio de Educação Básica em Brasília**

SAS

PLATAFORMA DE EDUCAÇÃO

Sua escola está preparada para transformar o ensino?

Estar preparado para as transformações do ensinar e do aprender faz toda a diferença. Nós do SAS ajudamos mais de 780 escolas parceiras em todo o Brasil com soluções educacionais integradas, que potencializam o aprendizado de milhares de alunos do Ensino Infantil ao Ensino Médio.

Fornecemos suporte pedagógico completo e especializado, focado na prática docente e na gestão escolar com o objetivo de melhorar o resultado das escolas e apoiar os professores no seu processo de desenvolvimento contínuo, para a construção de uma verdadeira educação de excelência. O resultado não podia ser outro: **escolas SAS estão há 8 anos entre as 8 melhores do País no ENEM.**

Participe desta mudança!
Seja uma escola SAS.



Saiba mais:
☎ 0800 275 3000
saseducacao.com.br



Memória:

cultura organizacional, imagem e a marca institucional



Trabalhar a História de seu negócio e, neste caso, de sua escola, possui várias utilidades, desde as ligadas à comunicação, às relações públicas, passando pela gestão da informação e do conhecimento, e assessora na relação com pais, alunos e com a sociedade, bem como no suporte à gestão e ao ensino.



Carolina Julia Pintos dos Santos

Licenciada em História, Mestre em Sociologia Política e gestora escolar.



Cassius Gonçalves

Historiador, especialista em Gestão Estratégica, Marketing e em Comunicação para Mídias Digitais. Sócio da 1440.press Editora e Conteúdo.

A História é diferente da memória. Falar da História é reconstituir e dar um sentido às ações passadas a partir de documentos com critérios teóricos e metodológicos. Já a Memória é aquele ato pessoal e/ou coletivo de lembrar do passado – sendo um elemento que faz parte da escrita da História.

Pensando em uma aplicação da História Empresarial ao universo educacional, poderíamos perceber várias utilizações e resultados relevantes. O mais importante é ter, ao final, o mapa da cultura da escola. O gestor terá um campo de oportunidades que, se bem trabalhado, tem o potencial de gerar vantagens competitivas e de expor a marca da instituição com foco de ser referência. Algumas aplicações podem ser possíveis e é sobre elas que falaremos abaixo.

Gestão escolar

O foco na memória dos processos pedagógicos influenciam na tomada de decisão.

O histórico permite uma gestão da informação e do conhecimento auxiliando na construção de um processo de gestão mais assertivo.

Relação ensino-aprendizado

Ter consciência do perfil sociocultural da comunidade acadêmica reduz ao máximo os ruídos na ministração de conteúdo.

Ocorre a junção do interesses pedagógicos da escola com o público alvo atingido. Isso orienta a abordagem e os recursos do professor em sala de aula.



Fotos: Acervo histórico do Colégio Americano Batista de Vitória

Relação com os pais e a sociedade

Compreendendo a cultura da escola, ela pode desenvolver uma carta de valores que, por sua vez, baliza as expectativas dos pais quanto ao ambiente de ensino de seus filhos, bem como aponta os deveres deles para com a escola.

A transparência nos papéis pode ser um objetivo de imagem e reputação a ser alcançado, posicionando sua percepção junto à sociedade.

Relação com os alunos

Com base nessa mesma cultura escolar e carta de valores, a escola tem parâmetros para trabalhar a relação com os alunos, no campo interpessoal e institucional, com reflexos no aprendizado, bem como no suporte psicológico.

O comportamento é um elemento em constante transformação. Se a escola souber a cultura e o consumo simbólico juvenil de seus alunos, ela conseguirá intervir de forma pedagógica mais eficaz.

Marketing

As mídias digitais permitem a produção de conteúdo próprio para uso no processo de ensino e que ganha potencial para ser comercializado como ferramenta didática e/ou paradidática, podendo vir a ser centro de lucro, similar às apostilas vendidas pelas grandes redes de ensino, bem como o uso de plataformas educacionais para reforço escolar e uso de metodologias ativas.

Comunicação

Todo negócio necessita de uma boa estratégia integrada de comunicação. O uso da memória pode ter lugar na construção de algumas peças para falar com públicos específicos, como, por exemplo, os pais que foram ex-alunos, por meio de redes sociais. É um vasto campo para o uso do Marketing de Conteúdo.

A História e a memória de uma instituição devem ser valorizadas, vistas prioritariamente como ati-

vos intelectuais diariamente à disposição dos tomadores de decisão. Elas são recursos interdisciplinares que, quando bem geridas, tornam-se ferramentas eficazes de uma gestão para resultados. Ajudam a traduzir os dados internos e externos (matrículas, evasão e indicadores de desempenho educacionais externos) em cultura e identidades.

Contatos: falecom@1440.press

“

A história e a memória de uma instituição devem ser valorizadas, vistas como ativos.

”

Robótica e Espaços Makers nas escolas

A Robótica Educacional cria um ambiente de aprendizado no qual os estudantes podem interagir com o ambiente virtual onde está inserido e trabalhar com problemas do mundo real, fazendo com que eles desenvolvam diversas habilidades.



Jadson do Prado Rafalski

Professor e mestre em informática. Coordenador do Núcleo de Ensino de Robótica das Escolas Municipais de Vila Velha/ES.

O movimento maker é uma extensão tecnológica da cultura do “Faça você mesmo”, que estimula as pessoas comuns a construir, modificarem, consertarem e fabricarem os próprios objetos, com as próprias mãos.

Atualmente, as crianças crescem em um período imerso pelo “o digital”, no qual as fronteiras do conhecimento e as possibilidades de criação e inovação são cada vez menos restritas pelos espaços físicos. Seu desenvolvimento avança com a tecnologia – a qual permite as práticas educativas inovarem em vários aspectos.

Dessa maneira, as interfaces digitais e os componentes eletrônicos estão, cada vez mais, permitindo novas formas de experimentar e criar. Enquanto a tecnologia ganha complexidade por meio da microeletrônica, processamento e softwares, as interfaces (físicas e digitais) oferecem progressivamente mais facilidades de uso (usabilidade).

Nesse contexto, diferentes componentes eletrônicos (microcontroladores, kits programáveis, sensores) ganham os espaços escolares com interfaces cada vez mais amigáveis, tornando



do o uso mais acessível e suas aplicações mais diferenciadas.

Espaço Maker

Por esse motivo, o avanço da eletrônica e das interfaces permitiu subsidiar, com novos equipamentos e configuração dos espaços, estruturar e ampliar ambientes em favor de uma educação direcionada à experimentação, com espaço de criação.

Como resposta a estas oportunidades, os Espaços Makers encontraram na Robótica Educacional a integração para uma pedagogia ativa, que centre no sujeito as principais atividades do ensino-aprendizagem, uma vez que o Espaço Maker se baseia numa prática construtivista para formar uma abordagem construcionista.

O principal objetivo do construo-

nismo é fazer com que os alunos construam seus próprios conhecimentos criando e interagindo com objetos físicos. Logo, têm-se, nesse Espaço, conexões claras com a alfabetização midiática e com a aprendizagem autodirigida.

Espaços Makers, robótica e educação

No mundo inteiro, diversas escolas já introduziram o Espaço Maker como um ambiente de aprendizagem, criando oportunidade de dar sentido ao que estão aprendendo e buscando soluções que gerem aprendizado relacionado com a vida.

Os projetos Fab Learn Labs, FabLab kids e POALab são exemplos desta união entre o movimento maker e a educação. Estes espaços têm por objetivo a transdisciplinaridade da aprendizagem voltada à invenção e à inovação, proporcionando uma oportunidade de exercitar e desenvolver a criatividade e a troca de experiências entre os indivíduos.

A robótica pode ser abordada baseada em um projeto no qual os alunos trabalhem em grupos para explorar problemas do mundo real.

Este é, por exemplo, o caso proposto na metodologia desenvolvida pelo projeto europeu TERECoP, Educação Pedagógica em Métodos Pedagógicos Construtivistas Avançados em Robótica (link 1).

Outra possibilidade é a participação dos estudantes em competições em desafios nos torneios de robótica que ocorrem.

Exemplos desses eventos são a Olimpíada Brasileira de Robótica (link 2), FIRST Lego League (link 3), a RoboCup (link 4) e outras competições mundiais.

O papel dos educadores

Tendo os pontos abordados em vista, o papel dos educadores é oferecer oportunidades para que os estudantes se envolvam em explorações práticas e fornecer ferramentas com a finalidade de construir o conhecimento no ambiente de sala de aula.

Nesse contexto, os alunos têm a oportunidade de exercer a intuição e a experimentação, condições de formular perguntas e hipóteses, tomar consciência, dialogar, instaurar a interação, transformar, descobrir, inventar e construir conhecimento.

Aprender com a robótica educacional fornece aos alunos oportunidades para que eles parem, questionem e pensem profundamente sobre tecnologia.

Ao projetar, construir, programar e documentar projetos, os estudantes não apenas aprendem como a tecnologia funciona, mas também aplicam as habilidades e os conhecimentos aprendidos na escola de maneira significativa e empolgante.

Contribuições da robótica

A Robótica Educacional cria um ambiente de aprendizado no qual os estudantes podem interagir com seu ambiente e trabalhar com problemas do mundo real.

Nesse sentido, ela pode ser uma ótima ferramenta para que os estudantes tenham experiências de aprendizado.

Projetos de robótica são ricos em oportunidades para integrar não apenas a área da tecnologia, mas também muitas outras disciplinas, incluindo alfabetização, estudos sociais, dança, música e arte, ao mesmo tempo em que oferece aos alunos a oportunidade de encontrar novas maneiras de trabalhar

em equipe, com a finalidade de promover habilidades de colaboração compartilhando conhecimento das diversas ciências.

Trocando em miúdos, a elaboração desses projetos permite que o estudante tenha um ambiente de aprendizado divertido e estimulante, devido à sua natureza prática e à integração da tecnologia.

Por esse motivo, os estudantes se envolvem e contribuem com habilidades e conhecimentos necessários para que eles atinjam seus objetivos, a fim de completar os projetos de seu interesse em diferentes áreas (Física, Matemática, Engenharia, Informática e mais) e no desenvolvimento pessoal, incluindo cognitiva, meta-cognitiva e habilidades sociais, tais como: habilidades de pesquisa, pensamento criativo, tomada de decisão, resolução de problemas, comunicação e habilidades de trabalho em equipe, sendo todas habilidades essenciais necessárias no ambiente de trabalho do século XXI.

LINKS

Link 1
www.terecop.eu

Link 2
www.obr.org.br

Link 3
www.firstlegoleague.org

Link 4
www.firstlegoleague.org



“
A robótica pode ser abordada baseada em um projeto no qual os alunos trabalhem em grupos para explorar problemas do mundo real.

”

Finanças

Importantes insights para uma Gestão financeira eficaz

A escola é como um organismo que precisa que todas as partes funcionem bem, separadamente e em conjunto, para que ela dê bons frutos. Dentre todas as partes que a compõe, falaremos sobre o setor financeiro: conheça atitudes que devem ser tomadas para que a gestão financeira da sua escola tenha êxito.



Eduardo Ferreira

Engenheiro de produção e com formação em finanças, é especialista em implementação de técnicas de gestão ágil e enxuta para a transformação e o desenvolvimento competitivo de colégios tradicionais.

E-mail
edferreira@gmail.com

WhatsApp
(21) 99381-5460

Primeiramente, o setor financeiro não é (ou não deveria ser) uma área isolada dentro do colégio, representada por uma sala meio bagunçada, cheia de papéis na mesa, clipes no chão, pastas e folhas desalinhadas em cima de prateleiras empoeiradas.

Isso poderia ser uma realidade na década de 80 ou 90. Hoje, não mais. Se o seu colégio se encaixar no padrão descrito acima, recomendo que leia o artigo até o final

Integração do Financeiro aos demais departamentos

É preciso compreender a relação de retroalimentação e interdependência que existe entre o financeiro e os demais segmentos do colégio.

Outros setores como Produto, Pessoas, Marketing, Vendas e Operações influenciam e são influenciados diretamente pelo setor financeiro, indicando que, para a efetivação de mudanças e melhorias mais amplas e duradouras, é desejável que se aplique um plano de ação integrado, 360 graus e multissetorial.

Como exemplo ilustrativo, pra aumentar de forma efetiva a receita (finanças), provavelmente, você

precisará aprimorar o seu produto (aulas, métodos etc), treinar as pessoas (secretária/funcionários) e comunicar aos pais essas melhorias (marketing/vendas).



Papel x Planilha Digital x Sistema Online

"O nosso negócio dá lucro ou prejuízo? Podemos ampliar a nossa operação? E investir nessa nova tecnologia? Vale a pena contratar aquela linha de financiamento? Esse ano dá pra investir em Facebook Ads? Podemos contratar mais professores? Qual foi o nosso ROI (retorno sobre investimento) no ano passado?" são apenas exemplos de questões fundamentais respondidas por meio da análise dos relatórios financeiros.

Dessa forma, controlar as finanças de sua escola por meio de registros em papel

é colocar em risco, de forma desnecessária, o controle de um dos principais centros de inteligência do seu negócio. Vamos falar de alguns riscos presentes nesse tipo de controle? Incêndios, perdas, roubos e danos (rasgar, molhar) são os mais óbvios.

Sem contar a inacessibilidade dos dados: uma das principais entregas da gestão financeira profissional são as informações extraídas dos dados brutos, que servirão como base para a melhor tomada de decisão por parte da diretoria.

Com os dados em papel, aumenta-se a dificuldade para a realização de um controle atualizado das informações relevantes, o que tende a prejudicar o processo de tomada de decisão.

Falando sobre planilhas eletrônicas (Excel, por exemplo), podemos dizer que esse formato apresenta uma melhora significativa frente ao registro em papel. Apesar disso, na minha visão, ainda é uma solução longe do ideal.

Isso porque, apesar de permitir a criação de relatórios visuais, gráficos, tabelas dinâmicas e compartilhamentos, ainda apresenta riscos relacionados à perda de dados por incêndio, queima do HD, corrupção do arquivo, dentre outros.

Além disso, o acesso aos relatórios e informações, por parte dos diretores não é em tempo real, prejudicando a agilidade na tomada de decisão.

Atualmente, existem ferramentas online de controle financeiro ("na nuvem") que resolvem praticamente todos os riscos e problemas citados acima: por operarem online, essas plataformas protegem os dados financeiros de riscos locais (incêndios, queima de HD).

Ademais, qualquer altera-

ção/inserção de dados por parte do setor financeiro será disponibilizada aos diretores em tempo real e online, permitindo um controle mais efetivo e dinâmico, mesmo que eles não estejam no colégio.

Por fim, a maior parte dessas plataformas apresenta um controle de atividades por usuário, permitindo que o diretor acompanhe as ações realizadas por cada membro da equipe financeira.

Sobre os riscos oferecidos pelas ferramentas online de controle financeiro, vale citar que se a internet parar de funcionar, o sistema ficará inacessível. Logo, se você escolher essa opção, não meça esforços para ter uma excelente internet no colégio.

Outro risco que deve ser levado em conta é o extravio de dados: nunca deixe de fazer um backup periódico de seus dados financeiros, mesmo que você utilize plataformas online.

Projeção Financeira

Da mesma forma que nos planejamos pessoalmente para a realização de uma viagem ou compra de uma casa, a escola é um "organismo" que também precisa se planejar. Olhar para o futuro próximo e entender o impacto que ações realizadas no presente podem gerar mais à frente.

Outrossim, as metas futuras da escola ("Quantos alunos pretendemos ter em 2 anos?" "Quantas unidades teremos em 3 anos?", por exemplo) e suas estratégias ("Quanto precisaremos investir em mídia no ano que vem para bater a meta de matrículas?", entre outros) devem estar refletidas nas ações realizadas hoje.

Se os gestores não controlarem os impactos das decisões de hoje

nos resultados futuros da escola, a instituição terá muitas dificuldades para conquistar os seus objetivos e metas.

A melhor forma de fazer essa gestão é por meio da projeção de fluxo de caixa. Nela, você consegue controlar o seu caixa efetivo (dinheiro disponível) ao longo do tempo e o impacto que decisões de investimento podem gerar na saúde financeira da empresa.

Dessa maneira, antes de decidir investir na aquisição de novas carteiras para o ensino médio, por exemplo, pode-se simular e avaliar se, mesmo com esse investimento, haveria capital disponível no ano que vem para se investir em mídia outdoor, aporte este previsto no plano de ação criado para aumentar em Y% o número de matrículas.

Em um mercado cada vez mais competitivo, a implementação de uma gestão profissional não é mais opcional. Longe de querer esgotar esse vasto assunto, a ideia central desse artigo é estimular a reflexão de gestores e donos de colégio sobre a importância de se organizar e profissionalizar a gestão financeira da sua escola.

“

Em um mercado cada vez mais competitivo, a implementação de uma gestão profissional não é mais opcional.

”



O uso da tecnologia 4.0 para a continuidade das escolas

A crescente evolução tecnológica traz enormes benefícios tanto no que tange às ferramentas pedagógicas utilizadas quanto à gestão da sua instituição.



Diego Nascimento

Jornalista corporativo, palestrante e consultor. Atua como Gerente de Relações Institucionais do Instituto Presbiteriano Gammon em Lavras (MG).

Site
www.diegonascimento.com.br

Você já ouviu falar de Educação 4.0? Se você meneou sua cabeça concordando comigo, excelente. Do contrário, saiba que o termo não é mais novidade e sua presença se mostra por meio da crescente evolução tecnológica das ferramentas pedagógicas utilizadas dentro e fora da sala de aula.

A Internet das Coisas (IoT) e a Inteligência Artificial, por exemplo, são alguns dos benefícios ao alcance de alunos e professores. No entanto, para que tudo isso funcione de maneira estratégica, uma palavra mágica precisa existir em sua escola: a Governança.

Governança

O primeiro registro que sugere o uso da governança está ligado ao filósofo Platão, no ápice do império grego. Anos depois, na pós-modernidade, o famoso substantivo ressurgiu no final da década de 1990 e estava associado ao boom computacional.

Hoje, a governança é ingrediente básico para a sobrevivência de empresas dos mais variados segmentos, o que inclui instituições de educação básica e ensino superior.

Mas como isso funciona?

O livro de Eclesiastes (3:1-8) traz uma detalhada reflexão sobre o uso do tempo. Considerando que passado, presente e futuro fazem parte desse enredo, é fato que o modelo tradicional de gestão escolar está com os dias contados.

Nesse contexto, chegamos ao momento de rever os conceitos de administração e do posicionamento de sua empresa em um cenário cada vez mais competitivo.

A criação de uma Matriz de Risco e a análise Balance ScoreCard (BSC) são alguns dos termos contemplados pela governança.

Seu funcionamento abrange, por exemplo, o estudo detalhado do funcionamento da escola, a gestão dos projetos acadêmicos e a visão de uma variedade de dados que auxiliam estrategicamente nas tomadas de decisão.

De acordo com Fábio Varricchio, CEO da SENSR.IT, "a governança ajuda escolas a alcançarem os melhores objetivos por meio da Tecnologia da Informação."

Pensando nisso, Fábio e sua equipe criaram uma plataforma estratégica que reúne a gestão de demandas, risco e compliance, disponibilidade, contratos e fornecedores, projetos ágeis, Balanced Scorecard e CIO Cockpit para uma visão gerencial dos processos de TI, apoiando, inclusive, a adequação das instituições de ensino a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – vinculada ao Marco Civil da Internet – que fornece diretrizes de como os dados pessoais dos cidadãos podem ser coletados e tratados conforme a legislação.

Ainda segundo Fábio, "a plataforma foi desenvolvida pensando em ajudar os clientes, independente do tamanho e número de alunos da instituição de ensino, podendo ser implementada de forma gradual e investimento acessível."

A solução ajudará a aumentar o nível de maturidade, reduzir custos e organizar processos de TI – itens fundamentais para o avanço tecnológico das instituições de ensino.

Escolas confessionais

Nas escolas confessionais, a percepção de mudança precisa ser redobrada e transcende os conhecimentos adquiridos na vivência que, em certos casos, podem dar origem a expressões do tipo "sempre fizemos assim" entre a Alta Direção e liderados. Os efeitos da governança precisam estar alinhados ao conjunto de valores que rege o DNA organizacional.

Talvez você esteja perplexo com a dimensão que a nova era administrativa exige para a sua escola, mas saiba que existem recursos ao seu alcance para que a mudança comece agora. Inovação já não é mais um diferencial, mas uma questão de permanência no mercado. A indústria do 4.0 veio para ficar e, sem sombra de dúvidas, ganhará ainda mais força e apontará necessidades antes não observadas pelos gestores. O tempo não para.

“

A Internet das Coisas (IoT) e a Inteligência Artificial, por exemplo, são alguns dos benefícios ao alcance de alunos e professores.

”



Ausência paterna

e o desenvolvimento dos filhos

A masculinidade teve o seu papel ressignificado ao longo dos anos. Por esse motivo, emergem discussões sobre quais seriam as atribuições do homem moderno no lar e no exercício da paternidade.



Wellison Magalhães

Wellison Magalhães é jornalista, palestrante e escritor. É autor de diversos livros, dentre eles, *PATERNIDADE DE A a Z – Porque ser pai é bom, mas ser bom pai é melhor ainda*.

"Socorro! Sou pai".

O grito é fictício. Não me recordo, exatamente, de alguém ter falado, ou utilizado destas palavras, para dizer o quanto ser pai se tornou um desafio para milhares de pessoas ao longo das últimas décadas.

Não estou falando de sexualidade, antes que sua mente viaje a essa direção. Estou falando sobre masculinidade, virilidade e a capacidade de assumir o seu papel na sociedade.

Há um esvaziamento do sentido dessa masculinidade. Primeiro porque, de fato, os homens deixaram de assumir seus papéis, e segundo porque, com o avanço das mulheres ocupando espaços sociais dignos e notórios, houve um apequenamento do papel masculino.

Desde a década de 50, as mulheres procuraram seus espaços na sociedade, no que concerne ter os mesmos deveres e direitos, que eram propriedade dos homens. Conquistaram-os. Tornaram-se empresárias, executivas, gerentes, motoristas e ainda, em seus horários milagrosos, numa agenda *full time* de 24 horas, foram capazes de serem mães, esposas e filhas, ou seja, ter uma forma multifacetada de fazer as coisas.

O homem, que era apenas o prove-

dor, não percebeu que, a reboque, estas mudanças na cabeça feminina também mudaram o status dele. Ele não era mais o único provedor e a gerência da casa tornou-se uma cadeira que a mulher decidiu sentar. O homem se perdeu.

Perdeu o sentido e direção. Agora, a mulher não é mais uma propriedade privada e nem subserviente. Com isso, conquistar algo dentro de casa deveria ter um outro *modus operandis*, que não mais o grito, nem a chantagem. Era preciso reinventar-se. Entretanto, essa reinvenção tornou-se o grande desafio.

Para o terapeuta americano Larry Crabb, "os homens têm muitas dificuldades de largar o arco e a flecha e apanhar linhas e agulhas. O movimento moderno dos homens, a todo vapor, brotou parcialmente como reação à ideia de que eles devem tornar-se mais relacionalmente sensíveis!" (Crabb, Larry – *O Silêncio de Adão*, 1998, SP).

Trocando em miúdos, sem poder usar as ferramentas que deram certo por tanto tempo, os homens têm usado a força e o medo como instrumentos para manterem-se no topo de suas cadeias relacionais, mas isso não está dando certo.

“

Há um apelo que vem de dentro do coração carente de milhares de filhos para que estes pais retornem, reatem ou comecem um relacionamento.

”

O que tudo isso tem a ver com a paternidade e a educação dos filhos?

É exatamente neste momento que percebemos, claramente, que os homens iniciaram um êxodo de suas responsabilidades. Alguns assumiram a paternidade com leveza e alegria, outros decidiram que a paternidade tinha um "Q" de missão a ser cumprida, contudo, muitos não conseguiram enxergar o tamanho do papel que lhe fora dado, ao ajudar a conceber uma criança neste mundo.

Este homem, necessitando se reinventar, deslocou-se, como um iceberg, derretendo, a lugares ermos, em suas emoções, e comprometeram a qualidade de sua paternidade, pelo menos em três aspectos fundamentais.

1 – Muitos desenvolveram um distanciamento natural de suas relações afetivas. Nunca receberam carinho e cuidado de seus pais, o que os tornaram incapazes de reproduzir a seus filhos. Perderam-se num mar de frustrações que os incapacitaram de ter um olhar diferente e rever suas próprias histórias. Não conseguiram dar aquilo que nunca experimentaram.

2 – Muitos assimilaram de forma equivocada o significado de paternidade, e absorveram a anacrônica ideia que ser pai é apenas dar as coisas que o filho precisa para sobreviver: casa, comida, roupa e educação. Homens e mulheres que tiveram tudo isso, em abundância, sofreram pela ausência física e emocional de seus pais, enquan-

to crianças e adolescentes. Esta ausência vem afetando áreas cruciais da vida infantil: não adianta dar a melhor escola e não dar o melhor abraço.

3 – Muitos desenvolveram uma masculinidade baseada na força e criaram bloqueios com seus filhos, por estarem sempre numa posição vertical de relacionamento. Não abriram uma caixa de ferramenta essencial para a sobrevivência de relacionamentos saudáveis: o diálogo. Com isso, emudeceram as últimas gerações, que não conseguiam conversar dentro de suas próprias casas sobre os assuntos que envolviam o dia a dia deles, e foi transferido para a escola a única responsabilidade para desbloquear esta caixa.

Há um movimento para trazer os pais ausentes ao cumprimento de seus papéis. Há um apelo que vem de dentro do coração carente de milhares de filhos para que estes pais retornem, reatem ou comecem um relacionamento que, em tempo algum, deveria ter sido rompido. Independente da razão da ruptura, ela é inegavelmente prejudicial à saúde emocional dos filhos.

Em conferência, na Bahia, um homem de quase 70 anos, me disse, ao final de uma palestra: Se tivesse ouvido isso há muitos anos atrás, eu teria sido um pai muito melhor. Ao que respondi: vá para casa, não importam os anos passados, e nem quantos anos os seus filhos possuem, eles ainda esperam que o senhor seja um pai melhor.

Isso vale para você, também!



Campanha de Matrículas

A hora da colheita começou. Sua escola está preparada?

É muito comum pensar que campanha de matrículas se resume à propaganda da escola, mas a verdade é que vai muito além disso. Muitas escolas, por falta da visão correta, perdem essa janela de tempo única do ano. Nesse sentido, quais medidas podem ser tomadas e que tipo de esclarecimento o gestor educacional precisa ter para favorecer o sucesso de captação e retenção de alunos?

“Então o Senhor me respondeu, e disse: Escreve a visão e torna-a bem legível sobre tábuas, para que a possa ler quem passa correndo” (Hb 2:2).

O profeta Habacuque recebeu do Senhor a direção de como fazer o povo entender uma mensagem, escrevendo em uma espécie de outdoor um texto tão claro que qualquer um pudesse ler, mesmo em movimento.

Mais de 2.600 anos depois, muitos gestores de escolas cristãs ainda têm dificuldade de entender a força e a importância da comunicação, como descreveu Habacuque — fato que tem impacto no resultado de matrículas nas instituições hoje.

Enquanto o mercado educacional evolui e usa com profissionalismo as ferramentas de comunicação modernas nas campanhas de matrículas,

ainda há pessoas que veem propaganda e esforço de marketing como despesa secundária, e não como investimento fundamental nas escolas.

O publicitário Leonardo Oliveira, que tem mais de 20 anos de experiência em marketing e atua como consultor da Prospecta Educacional, descreve esse fato como um erro muito comum em diretores e gestores escolares.

“O processo de captação de matrículas acontece ao longo de todo o ano. Os projetos educacionais, investimentos em estrutura, atendimento às famílias e resultados em Vestibulares e ENEM vendem a nossa marca. No entanto, há apenas uma janela de tempo durante o ano, geralmente de algumas semanas, que faz com que todo esse esforço e trabalho dê resulta-

do de fato: o momento de assinar o contrato de matrículas”, afirma.

Para o consultor, nesse período de “matrículas abertas”, a escola disputa a mente dos consumidores com outras escolas e que tudo de bom que foi feito até o momento pode se perder no meio de tantas mensagens que inundam o mercado nesse período.

Planejamento comercial

É inegável o momento de crise que o mercado educacional vive, mas, independente do porte da escola ou do momento financeiro que passa, o esforço e investimento na campanha de matrículas é fator indispensável para o resultado almejado.

Esse investimento não é apenas o financeiro, mas, principalmente, em tempo, para encarar um plane-

jamento comercial consistente.

O professor Rogério Scheidegger, mestre em administração, que atua como gestor educacional há 35 anos e é consultor da Prospecta Educacional, destaca a dificuldade dos diretores e suas equipes de pararem as rotinas para desenvolver um planejamento visando o setor comercial da escola.

“O trabalho de captação e retenção de alunos deve fazer parte de um planejamento estratégico da escola. No entanto, se a sua escola ainda não tem isso definido, monte um comitê de matrículas com pessoas-chaves da sua equipe e defina um planejamento comercial para matrículas”, aconselha.

Rogério descreve como fundamental nesse processo definir objetivos e metas comerciais para o próximo ano, estratégias de comunicação e ações comerciais.

Para isso, é importante elaborar um cronograma detalhado, mostrando o que será feito, prazos de entrega, responsáveis e um orçamento global de acordo com a verba previamente destinada. “Geralmente investe-se de 3 a 5% do faturamento bruto mensal em marketing”, complementa o consultor.

“Para o sucesso do processo, é importante evitar o ‘achismo’ e embasar as ações ao máximo em dados concretos. Para isso, analise o seu banco de dados dos últimos três anos e extraia informações socioeconômicas do seu público, como: bairros onde moram seus alunos, classe social, religião, profissão dos responsáveis, quem paga a mensalidade, contatos de email e celular etc. Isso vai te ajudar, por exemplo, a escolher em que região veicular uma placa de outdoor ou para qual perfil de

“

Há apenas um momento durante o ano que faz com que todo o esforço e trabalho dê resultado: o momento de assinar o contrato de matrículas.

”

Leonardo Oliveira

Para ele, um mapa das ações, com nomes dos responsáveis e cronograma marcado, deve ser impresso e deixado em evidência.

Mensagem publicitária

Seja com o apoio de uma agência de propaganda ou com algum profissional freelancer, é preciso construir uma mensagem publicitária adequada ao seu público-alvo e aos anseios da sua instituição.

Segundo Leonardo, para construir a unidade da campanha é importante definir um tema ou mote, que deverá estar presente em todas as peças. Esse mote faz a amarração das peças e direciona a imagem da marca para os valores que o seu público busca.

Para um melhor entendimento, o publicitário trouxe os seguintes exemplos: uma escola com foco em horário integral e serviços complementares pode escolher como tema para sua campanha: “uma escola completa”; outra escola, que tem foco em resultados nos vestibulares: “aprovação a toda prova”; uma escola centenária, que tem ênfase na sua tradição, optou por: “educando gerações”. Quando a escola quer enfatizar a sua confessionalidade: “educando com valores eternos”. Outra opção é optar por um tema emocional, como: “Sou feliz no Colégio Batista”.

“Esse tema principal deve ser

Exemplo: se a minha escola usou resultados no Ensino Médio como tema, é preciso mostrar as aprovações, com nomes e fotos dos alunos. Um bom mote, muitas vezes, pode ser baseado no seu maior diferencial”, ressalta Leonardo.

Outro ponto que deve demandar a atenção, segundo o publicitário, são os signos não verbais. Por isso, usar imagens de qualidade, de preferência com os alunos uniformizados e no ambiente escolar, deve ser priorizado, pois geram mais credibilidade para sua campanha.

“Se possível, evite usar fotos de banco de imagens comprados, muitas vezes estrangeiros, porque as fotos terão fisionomias pouco comuns para brasileiros e não haverá identificação do público”, destaca Leonardo.

Canais de comunicação

A pergunta de um milhão de dólares, que todos empresários e gestores querem a resposta, é: qual meio ou canal de comunicação vai me dar mais retorno? Como publicitário, Leonardo diz ouvir esse questionamento constantemente. Ele afirma, todavia, que a resposta não é tão simples.

“O fluxo da comunicação acontece quando o emissor envia a mensagem por um canal e entrega a um receptor. Já falamos a importância

prepararmos a mensagem adequada. Falta escolher o canal de entrega dessa mensagem. Muitas vezes, esquecemos que esse canal está dentro de um contexto. Hoje, esse contexto comunicativo é de uma multiplicidade de canais nunca visto, que nos entregam mensagens a cada instante do dia”, explica o consultor da Prospecta.

Na rotina de acordar e ligar a TV, andar pelas ruas, ouvir rádio, ver a timeline no Facebook, fazer uma pesquisa no Google, ler um jornal e até ler a Bíblia em um aplicativo no smartphone antes de dormir: a todo tempo recebemos diferentes anúncios. Como decidir qual canal é o mais eficiente?

O gestor pode fazer, com os clientes, pesquisas do tipo: “como conheceu a escola?”, mas é preciso critério, pois não existe uma verdade absoluta.

“O ideal é mapearmos o perfil do nosso público para estudarmos os seus hábitos e termos indicativos dos canais a escolher. Por exemplo: se, em uma pesquisa interna, descobrimos qual o principal cinema que o nosso público frequenta, usar serviços de anúncios que antecedem os filmes nessas salas podem ser uma boa medida”, exemplifica

Leonardo. “Serão 30 segundos de total atenção no escuro do cinema, podendo ser parte importante da total compreensão da sua proposta de valor”, complementa.

A verdade é que, conhecendo os lugares que o público frequenta, canais do Youtube que assistem, a rádio que ouvem no carro a caminho ou voltando da escola, poderemos definir os canais mais assertivos para nosso público.

“As multiplicidades de impactos, em diferentes canais, levam ao reforço da mensagem e à eficiência da comunicação”, conta o publicitário.

Para ele, o ideal é que a campanha contemple, pelo menos: impressos, faixa na fachada, banners internos, e-mail marketing, WhatsApp e anúncios patrocinados em mídias sociais e no Google.

Leonardo destaca que, havendo possibilidade, é muito interessante para reforço e regionalização da campanha investir em mídia exterior, como outdoor, frontlight ou busdoor.

Além disso, anúncios em mídias convencionais, como TV, rádio e jornal, ainda têm grande importância, se for possível na verba destinada, pois promovem uma grande exposição da sua marca em um pe-



ríodo no qual seus concorrentes estão anunciando também.

“Preparando o terreno”

Quando convidamos uma pessoa para nos visitar, geralmente, caprichamos na limpeza e organização da casa. Rogério defende que assim também aconteça com as escolas. Lembrando que não se trata somente da arrumação física, mas também das informações, tanto internamente quanto no meio digital.

“No processo de decisão de qual escola optar, existe um momento de busca de informações por parte da família. Não adianta fazer divulgação publicitária da sua marca se ela não achar o seu site no Google, por exemplo, ou se ligar para escola e a recepcionista estiver despreparada para responder informações básicas”, defende Rogério.

Por esse motivo, Rogério destaca a importância de, antes de lançar a campanha de matrícula, certificar-se de que o site e mídias sociais da instituição estão atualizados, que existe material impresso com as informações de matrículas na



secretaria, que a sua fachada “joga a seu favor”, entre outros pontos.

“Uma forma de observar se a secretaria está apta a melhorar no processo de matrícula é fazer uma ligação como cliente oculto – assim, você é capaz de avaliar o serviço e perceber o que deve ser mudado para melhorar os resultados na escola”, indica o consultor.

Preparando o ambiente

Walt Disney pensou os seus parques temáticos para que o visitante vivesse uma experiência emocional neles, aguçando diferentes sentidos, com odores, sons e imagens. Da pessoa que veste a roupa do Mickey a quem orienta a fila ou trabalha na limpeza, todos fazem parte de um elenco, não são apenas funcionários.

Trazendo esse exemplo para o universo educacional, a lição que fica é a preocupação de adequar nossos ambientes e aprimorar o atendimento às famílias. “Lembrem-se, o período de matrículas é único no ano”, exalta Rogério.

“A família, ao entrar na escola,

precisa ver as mesmas mensagens e imagens da campanha publicitária. Seja banner, faixa, móvel, impresso. Ao olhar o seu apelo comercial dentro da sua escola, o visitante fará um link com essa mesma mensagem vista anteriormente em alguma mídia ou meio digital. Lembre-se de que estamos disputando mentes e corações: por isso, reforçar sua mensagem é fundamental”, explica o consultor da Prospecta.

Rogério fala ainda da importância da “sala de matrículas”, um ambiente pensado exclusivamente para receber as famílias, com conforto, apelo visual da campanha e preparado para fazer todo processo de matrículas neste local.

“A sala de matrícula favorece um atendimento organizado e leva a uma experiência agradável, que reflete a imagem da sua instituição para aquela família”, ressalta Rogério. “O café, o brinde, o vídeo institucional, a visita guiada pela escola, tudo deve começar e terminar pela sala de matrículas”, complementa.

Assim como na Disney, é importante que você crie esse conceito de elenco na equipe inteira, para que todos sejam protagonistas de um grande esforço comercial, do porteiro ao professor.

Etapas

Uma medida importante para orientar melhor o esforço comercial do gestor é a criação de etapas bem definidas.

“Cada etapa da campanha de matrículas pode ter um objetivo diferente, que levam a ações específicas.

Para o consultor, a primeira etapa é período exclusivo para rematrículas. O apelo é voltado para o público atual, com objetivo de ante-

cipar a decisão ou confirmação de manter-se na instituição, garantindo a vaga do aluno em sua turma de origem.

A segunda etapa, que é quando a escola abre as matrículas para novos alunos, é a mais intensa em divulgação externa. Estratégias como parcelamento da primeira mensalidade do ano seguinte, por exemplo, podem ser adotadas.

Já a terceira etapa, de alunos indecisos, costuma ser marcada por contatos pessoais com as famílias, por telefone e e-mail. “Uma boa medida é dar ênfase em contatos para compor turmas que, porventura, estejam deficitárias”, aponta Rogério.

Sua escola digital

A possibilidade de comunicação direta com o público pelo meio digital mudou muito o trabalho de captação e retenção de alunos. Termos como funil de vendas, marketing digital, inbound marketing e outros passaram a entrar na rotina.

No entanto, toda caminhada tem um início. “Pensando no trabalho digital, precisamos ter o básico bem feito e evoluir diariamente”, afirma Leonardo.

“

Cada etapa da campanha de matrículas pode ter um objetivo diferente, que levam a ações específicas.

”

Rogério Scheidegger

“

O esforço e investimento na campanha de matrículas é fator indispensável para o resultado almejado.

”

Leonardo Oliveira

O publicitário também considera importante alimentar a inteligência de marketing com estatísticas de acessos do seu site e mídias sociais; não perder oportunidades de baixo ou nenhum custo, como o envio de e-mail marketing e listas de transmissão no WhatsApp; investir em conteúdo de qualidade nas mídias sociais; criar chamadas para ação (call to action) no site da escola, como "agende agora uma visita"; fazer vídeos curtos mostrando seus diferenciais e com depoimentos de famílias; investir em anúncios patrocinados no Google e mídias sociais, incluindo remarketing; certificar-se de que o seu site apareça nas primeiras posições nos mecanismos de busca. "Tudo isso irá favorecer as suas ações de captação e retenção de alunos", ressalta o consultor Prospecta.

Endomarketing

Que a melhor propaganda é a feita boca a boca ninguém tem dúvida.

Ninguém melhor do que o próprio cliente para falar com autoridade do nosso trabalho. Portanto, investir em comunicação interna e caprichar nas reuniões de pais e responsáveis, principalmente no 2º semestre, pode fazer dos alunos e pais verdadeiros defensores da sua marca.

"Fazemos muitos projetos de qualidade, investimentos em eventos e equipamentos, mas, muitas vezes, a comunicação interna não evidencia ou valoriza nossas ações. Temos de 'jogar luz' e 'fazer festa' nesses trabalhos para gerar esse boca a boca espontâneo", lembra Rogério.

Envolvendo e bonificando a equipe

O atendimento no período de matrículas deve ser feito por uma equipe específica, que precisa ser preparada e capacitada. Eles irão viver intensamente esse período e é importante que eles estejam motivados ao máximo.

Afinal, os atendentes, a equipe de secretaria, do financeiro e do marketing estarão na escola o tempo todo trabalhando em matrículas, num período no qual outros colegas estarão de férias.

Nesse sentido, Rogério aponta que pensar em bonificações financeiras por metas atingidas, sorteio de prêmios, ou pequenos brindes em cada etapa vencida pode ter um efeito surpreendente.

"No entanto, os demais colaboradores podem (e devem) ajudar na campanha, mesmo sem estar diretamente envolvidos no processo de matrículas. Faça a apresentação da sua campanha publicitária de matrículas antes do lançamento em uma reunião com todos da escola presentes. Se possível, presenteie a equipe administrativa, professores e até o terceirizado da cantina com uma camisa que leve o tema da sua campanha de matrículas. Isso motiva e envolve a todos num único objetivo: ganhar e reter alunos para o próximo ano", afirma Leonardo.

Investindo na comunicação pessoal

Após elaborar uma excelente campanha de matrículas, o telefone está tocando e muitas famílias têm visitando a escola.

Esse momento é caracterizado por estar na marca do pênalti para marcar o gol, mas ainda falta o último toque para as redes. "Esse mo-

mento final, antes da comemoração da matrícula feita, envolve a comunicação pessoal", explicita Rogério.

"Essa comunicação ou venda pessoal consiste na interação entre a escola e o seu cliente, sem o intermédio de um canal de comunicação. Ela pode ser fundamental para o sucesso ou pode colocar tudo a perder. Por isso, fique atento(a) ao nível de satisfação com atendimento de quem visita sua escola", alerta o consultor.

Outro fato importante é que a comunicação pessoal não precisa, e nem pode, ser apenas passiva. O trabalho de convencimento pessoal precisa ser ativo também, fazendo contatos principalmente com quem mostrou interesse em saber mais sobre a sua escola em algum momento e ainda não se decidiu.

Confessionalidade: revele o seu DNA

Os consultores da Prospecta Educacional, Rogério e Leonardo, foram unânimes ao enfatizar de que o maior diferencial de uma escola confessional é o fato de ser confessional. Apesar disso, alguns gestores ficam tímidos ao defenderem os seus valores com medo de perderem alunos.

"A escola confessional não é uma igreja, mas não pode abrir mão de revelar que a sua missão é educar para a vida com valores cristãos. Isso deve estar explícito em sua comunicação", defende Leonardo.

Rogério ainda destaca: "a crise moral da nossa sociedade e as mudanças nas famílias atuais trazem profunda preocupação aos pais e responsáveis. O fato de saberem que suas crianças e adolescentes estão em um ambiente de valores familiares é um refrigério para seus corações".

"A confessionalidade deve ser apresentada nas campanhas de matrículas e revelada por fatos concretos, como um projeto de capelania e a preocupação na escolha do material didático que respeite nossos valores", finalizam os consultores.

“

A confessionalidade deve ser apresentada nas campanhas de matrículas e revelada por fatos concretos.

”

Leonardo Oliveira



Rogério M Scheidegger



Mestre em Gestão Empresarial pela FGV, Pós-Graduado em Educação, Licenciado em História e Bacharel em Teologia. Consultor na área educacional com 35 anos de experiência em educação. É sócio diretor da Prospecta e da Revista Veredas Educacionais.

Leonardo Oliveira



Graduado em Comunicação Social e Pós-Graduado em Marketing e Tecnologia da Informação – UFES. Atuou como diretor de marketing de escolas e faculdades. Fundador da LK Comunicação, agência com 15 anos de atuação sempre com ênfase em marketing educacional. É sócio diretor da Prospecta e da Revista Veredas Educacionais.

Contatos:

(27) 2142 7974




comercial@prospectaeducacional.com.br




Bilíngue de verdade. Bilíngue todo dia.

highfiveschool.com.br
0800 345 8000

O High Five Bilingual School é um programa que proporciona o verdadeiro ensino bilíngue em dois formatos: 5 e 10 horas por semana. Mais do que aulas de inglês, são aulas em inglês, com uma estrutura interligada, dispondo de ferramentas eficientes para todos os personagens do processo de aprendizagem: pais, alunos, professores, gestores e mantenedores.

Um programa completo para a sua escola:

-  Competências Socioemocionais
-  Aprendizagem por meio de Game Based Learning e Project Based Learning
-  Atividades para vivência do conteúdo em família

-  Acompanhamento do nível de proficiência do aluno
-  Pós-Graduação de bilinguismo para professores
-  Metodologia CLIL

 conexia
educação

GRUPO
SEB



HighFive
BILINGUAL SCHOOL

Parceria estratégica
 Cambridge Assessment
English

Capacitação

Prospecta Summit 2019

reúne dezenas de gestores educacionais em BH e no RIO

Trocas entre os participantes e conteúdos de valor voltados para as questões dos gestores foram destaques nos eventos.



Nos dias 07 e 28 de junho, Belo Horizonte e Rio de Janeiro, respectivamente, foram o espaço de um significativo encontro entre gestores e educadores cristãos.

Trazendo temas como liderança escolar, internacionalização, missão do educador cristão, bilinguismo, robótica e assuntos voltados para marketing digital, o evento foi idealizado pela Prospecta Educacional e teve o objetivo de reunir diretores e educadores cristãos para um intercâmbio de ideias.

Para Leonardo Oliveira, diretor da Prospecta Educacional, o maior ganho do evento foi a união e o relacionamento entre os presentes.

"Ficou muito claro que os gestores enxergam o próprio ofício e a educação como uma missão. Percebi também que o sentimento geral era de que, juntos, nós podemos chegar mais longe", relatou.

Viviane Aurora, a diretora do Instituto Balão Azul e participante do Summit Prospecta Belo Horizonte, considerou o evento extremamente enriquecedor.

"Muitas vezes, estamos passando por situações que achamos ser exclusivas da nossa escola, porém, com o evento, consegui perceber que os problemas que a administração escolar enfrenta são muito mais comuns do que eu imaginava!", contou.

Além disso, segundo ela, o evento



trouxe um novo gás. "Consegui sair do Prospecta mais esperançosa, crendo que ainda existe esperança para o nosso ramo. Espero em 2020 participar novamente!", comemorou.

Já a participante do Summit Rio, Enir Pereira, diretora do Instituto Metodista de Petrópolis, destaca que o fato do evento reunir gestores cristãos fez toda diferença.

"Essa pequena palavra no final da frase fez toda diferença. Eu me senti dentro de uma história bíblica. Conhecer e ouvir a experiência de outros gestores, que comungam dos mesmos princípios, foi maravilhoso!", exclamou.

“
Conseguí perceber que os problemas que a administração escolar enfrenta são muito mais comuns do que eu imaginava.

”
Viviane Aurora
Instituto Balão Azul/MG

Enir destacou também que, além dos palestrantes e pessoas presentes professarem a mesma fé e falarem a mesma língua, os temas foram muito relevantes e com muita aplicabilidade.

"Os palestrantes do Summit eram profissionais de sucesso nas suas áreas e trouxeram amplo conhecimento profissional. Já estou utilizando na minha prática coisas que aprendi no encontro. Pretendo participar de outros!", entusiasmou-se.

O que está por vir?

Pensando em todos os frutos que os dois eventos deram e na satisfação dos participantes, a Prospecta Educacional está elaborando, para o início de 2020, outros encontros para reunir escolas do Brasil inteiro. Aguarde.

“

Conhecer e ouvir a experiência de outros gestores, que comungam dos mesmos princípios, foi maravilhoso!

”

Enir Pereira
Instituto Metodista de Petrópolis/RJ



A Profª Débora Bueno Muniz foi palestrante nos eventos do Rio e BH.



COMO ESTÁ SUA CAMPANHA DE MATRÍCULAS?



Faça um projeto profissional para sua escola e otimize o seu resultado!

Ligue agora  (27) 99256-6767

prospecta
Estratégia Educacional

Missões

Junta de Missões Nacionais Batista

Mudando o país por meio da educação

Em 83 anos de trabalho na educação, a Junta de Missões Nacionais já teve em seu rol de projetos aproximadamente 80 escolas. Isso se dá devido à preocupação da Junta de contribuir com a transformação social e moral do nosso país.



Sabemos que uma boa pátria se faz com bons cidadãos que, por sua vez, só o são quando têm acesso a uma boa educação e a valores que formam o seu caráter.

Nesse contexto, a Junta de Missões Nacionais Batista, há 83 anos, visa contribuir na formação educacional de futuros cidadãos. Isso é feito por meio do trabalho de assumir escolas e promover uma educação de qualidade, como é o caso do Colégio Batista Carolina, localizado em Maranhão, que é mantido pela Junta há mais de oito décadas.

Missão

Para a Missionária Adriana Dias, diretora do Colégio Batista Carolina, a essência do trabalho Batista sempre foi a educação.

“Nosso DNA Batista é de educa-

dor. A importância da Junta de Missões trabalhar com a Educação é contribuir de maneira profunda com a transformação social e moral de nosso país”, defende.

Por esse motivo, ao longo do tempo, a Junta de Missões Nacionais já teve em seu rol de projetos, aproximadamente, 80 escolas.

“Atualmente, ela possui apenas o Colégio Batista de Carolina, mas o nosso propósito é que haja um despertar para a importância da Educação Confessional e missionária em nosso país”, ressalta.

Locais de atuação

A Junta acredita na importância de estar em lugares de risco social e no qual as pessoas não tenham acesso à educação de qualidade.

“Em sua história, essas escolas

sempre cumpriram o propósito de sanar a ignorância intelectual e espiritual de crianças e adolescentes que moram em regiões longínquas e sem acesso a uma educação de qualidade”, expõe a missionária.

Escola Batista Carolina

Um local que vem sendo foco da atuação da Junta na educação é a Escola Batista Carolina, localizado no município de Carolina, sul do Maranhão. Faltando 17 anos para completar um século de existência, recebe crianças de classe média e famílias carentes atendidas por bolsas de estudos.

Dessa maneira, como a visão do colégio é a Visão de Igreja Multiplicadora, os pais também são um alvo para o trabalho da escola.

“Por meio dos princípios nos quais todos os projetos da Junta são direcionados, atendemos também às necessidades intelectuais, físicas e espirituais das famílias”, observa Adriana.



Missionária Adriana Dias

“

A pátria
para Cristo.

”

Missionária
Adriana Dias

Ainda conforme exposto pela missionária, a escola tem dado muitos frutos devido ao alcance que o Evangelho tem tido na vida dos pais, alunos e das equipes.

“Temos visto uma escola confessional e missionária alinhada a um ensino de excelência, que é um valor da Junta de Missões Nacionais. Atualmente, a escola desenvolve um trabalho forte com adolescentes por meio do Projeto Aviva, que é a Igreja de Adolescentes do colégio. Com isso, temos formado adolescentes líderes que ganharão a nossa pátria”, acredita.

Futuro

Com uma missão muito bem definida, a Junta de Missões Nacionais não pretende parar o trabalho por aí.

“Nossa visão é alcançar a Pátria para Cristo. O trabalho das escolas é uma excelente estratégia para isso, visto que grande parte da população brasileira passa por algum colégio. Temos orado e trabalhado para que possamos investir em mais colégios e ver uma geração sendo alcançada pelo Poder de Deus”, finaliza.

Fotos: JMN Divulgação





Recursos Humanos

Como manter sua equipe motivada?

Para melhores resultados, boa execução de estratégias e um bom caminho rumo ao alcance de objetivos é necessário que a equipe envolvida esteja motivada. Por essa razão, Daniel Carlos, Personal Coaching, trará dicas práticas de como alcançar a satisfação dos colaboradores da equipe.

“É importante entendemos que quem nos dá metas e o ímpeto para alcançá-las são nossas motivações. Isso ocorre porque elas nos ditam onde encontramos nossos prazeres.



Daniel Carlos

A falta de motivação pode levar empresas com resultados excelentes para uma piora significativa. Assim como ser atento às necessidades dos funcionários e com como eles se sentem no trabalho pode potencializar o desempenho e o alcance de metas.

Daniel Carlos, Personal Coaching, traz uma definição etimológica que corrobora com este ponto de vista. “A palavra ‘motivação’ e ‘emoção’ partilham da mesma origem do latim ‘movere’, que significa mover. É importante entendemos que quem nos dá metas e o ímpeto para alcançá-las são nossas motivações. Isso ocorre porque elas nos ditam onde encontramos nossos prazeres”, explica.

Por esse motivo, segundo Daniel, é fundamental manter o nível de motivação no ambiente empresarial, uma vez que, sem ela, o movimento de levar a organização para o alcance dos objetivos terá muitas dificuldades e impossibilidades na direção de uma ambiente inovador, impedindo que a organização vença a árdua tarefa de sobrevivência no mercado.

Equipe motivada x equipe desmotivada

Notoriamente, o comportamento de pessoas motivadas é diferente do comportamento de pessoas desmotivadas. Devido a essa diferença, os resultados para a empresa são opostos.

“Pessoas motivadas tendem a serem mais positivas, mais confiantes e, por isso, formam equipes mais focadas na superação de obstáculos e atingimento de metas”, ressalta.

“Por outro lado, pessoas desmotivadas desistem mais facilmente diante de dificuldades, contribuindo para equipes avessas ao risco. Isso significa um foco reduzido para metas e desenvolvimento de um ambiente que valoriza ameaças, elevando o nível da ansiedade organizacional”, declara.

Liderança e motivação

Um bom líder deve estar sempre atento sobre como anda a motivação da sua equipe. O coach defende que ele deve conhecer bem os seus liderados e que esta é uma condição indispensável para manter a harmonia na equipe.

“Além disso, é importante que ele identifique e mapeie o arsenal de competências de cada componente da equipe, trabalhando o desenvolvimento profissional de cada colaborador de forma individualizada, compreendendo e respeitando os GAPs de competências de cada um e potencializando as competências ativas. Essa postura leva o colaborador ao desempenho máximo e alta performance, trazendo bons frutos para a empresa”, destaca.

Detectando a desmotivação

Conforme dito por Daniel, alguns aspectos no ambiente empresarial podem dar sinais de uma equipe desmotivada.

“Alguns sinais podem ser detectados nos pontos de controles e métricas de aferição de resultados, estabelecidos no planejamento estratégico empresarial. Isso se vê, por exemplo, devido a uma sequência de meses sem o atingimento de metas ou constantes atrasos na entrega de tarefas”, enumera.

Além da falta de resultados,

outros sinais podem indicar a desmotivação de uma equipe, como baixo nível de humor das pessoas, mente inflexível para lidar com o novo ou baixa performance na execução de tarefas. Esses sinais podem sinalizar um trajetória da equipe na direção da desmotivação.

Cases de sucesso

Como vivemos um tempo de muitas mudanças e evolução tecnológica, isso requer das organizações cada vez mais a capacidade de mobilizar suas equipes para os processos de inovação no modo de pensar e agir.

Por isso, muitas empresas estão modificando os modelos de gestão de gente, compreendendo que cada colaborador é único em suas competências, as quais influenciam diretamente na execução de tarefas do dia a dia, e passaram a respeitar características e necessidades individuais de cada colaborador.

O coach ressaltou que algumas empresas como Google, American Express, PicPay, Wine e John Lewis, por exemplo, tem tido boas práti-

cas neste sentido.

“A empresa Google, por exemplo, dissemina a ‘transparência’ como aspecto principal de sua cultura organizacional e, com isso, favorece o empoderamento de seus colaboradores em comportamentos de liberdade e criatividade, promovendo espontaneamente o engajamento e motivação”, conta.

Outro caso que ele cita é da American Express. “[A empresa] passou a dar foco no ‘comportamento’ de seus colaboradores e a valorizar o modo como eles fazem o seu trabalho. Como consequência, foi vista a elevação da alta performance das equipes”, exemplifica.

Portanto, é fundamental que as organizações trabalhem e desenvolvam o conceito de parceria com (e entre) os colaboradores, para criar uma conexão ativa que gere o crescimento empresarial e que faça com que os colaboradores tenham paixão pelo que fazem. Resumindo: todo mundo sai ganhando.

Dicas práticas de como manter a sua equipe motivada

- 1 Não dê apenas feedback, mas capacite e treine sua equipe
- 2 Defina os papéis e responsabilidades de cada componente da equipe
- 3 Proporcione um ambiente de trabalho bem planejado que ofereça conforto e qualidade
- 4 Realize atividades de integração entre pessoas e setores dentro da organização
- 5 Realize oficinas de Criatividade
- 6 Estabeleça um plano de metas
- 7 Implante um Plano de Desenvolvimento Profissional
- 8 Comemore as vitórias
- 9 Implante um programa de incentivo
- 10 Divida o sucesso

Drogas nas nossas escolas:

encarando esse problema de frente

O uso de entorpecentes por adolescentes tem preocupado famílias e escolas. Devido ao fato de a escola ser um local que pode ser propício para a experimentação, devemos estar bem atentos sobre como proceder caso algum aluno se envolva nesse problema - assim como criar estratégias para a prevenção desta problemática.

Uma coisa é fato: atualmente, fala-se muito sobre o uso de droga para recreação. Esse discurso, alinhado ao fato de adolescentes estarem em uma fase difícil no que tange à própria identidade, vontade de pertencimento e necessidade de referências, tende a fazer com que as escolas sejam lugares propícios ao desenvolvimento da experimentação.

Para Eliomar Correa de Jesus, pastor titular da Primeira Igreja Batista de Itaparica (Vila Velha/ES), que é psicólogo e exerceu a capelania no Colégio Americano Batista por 10 anos, um jovem que faz uso de substâncias, muitas vezes, está em busca de pertencimento.

"A gente sabe que a adolescência é uma fase muito difícil na vida. É uma idade propícia a crises existenciais. É conflituoso ser adolescente. Por isso, muitos jovens, até por falta de referências adultas na família, acabam tendo necessidade de pertencer a algum grupo ou veem no colega uma referência, entram em processo de experimentação e, eventualmente, na drogadição", comenta.

Estrutura familiar

Segundo o psicólogo, uma estrutura familiar sólida é imprescindível para diminuir as chances de um adolescente entrar no processo de experimenta-

ção. Pr. Eliomar relata que, durante o tempo que foi capelão, percebia uma tendência em alguns tipos de perfis de alunos.

"Filhos únicos, de pais separados, criados por avós, temporãos e órfãos são adolescentes que podem desenvolver mais facilmente comportamentos fora dos padrões. Com isso, dá pra perceber como é importante a estabilidade familiar para ser um elo de fortalecimento da formação do caráter dessa criança/adolescente. Quando há um distúrbio nesse formato, então pode causar um tipo de distúrbio no comportamento", observa.

Nesse sentido, Pr. Eliomar afirma que, na ausência dessas figuras, o grupo social com outros adolescentes podem dar as respostas que o jovem precisa.

Identificando o problema

O psicólogo foi categórico ao afirmar que identificar o problema parte pela observação do comportamento.

"A gente sempre percebe uma queda no rendimento. Quando os resultados do aluno caem sem muita explicação, ou eles demonstram novos padrões de comportamento, irritabilidade, a escola busca investigar o que está acontecendo na vida desse aluno para que isso esteja acontecendo", explica.

"Além disso, os conselhos de classe



também ajudam muito a perceber essas alterações de comportamento. Assim, a parceria com os educadores é muito frutífera para ajudar na identificação do problema", completa.

Em casa, também, o comportamento fica comprometido, de forma que, segundo o Pr. Eliomar, os pais às vezes entram em contato com a escola para entender o que está acontecendo com esse jovem.

Parceria com a família

A parceria com a família, após a descoberta de o jovem estar em drogadição, é primordial para a resolução do problema.

"Os pais precisam estar conosco nesse processo, porque se os pais não aceitarem que o filho está passando por um problema, nós não podemos ajudá-los nessa questão", explicita.

O Pr. Reinaldo Junior, capelão escolar voluntário da Mocidade para Cristo, concorda com essa visão. "A família é fundamental. É ela que vai respaldar o aconselhamento do capelão e acompanhar a criança de forma que ela cumpra o que está sendo proposto no aconselhamento", indica.

Além disso, Pr. Eliomar acredita, também, que a escolha dos pais de colocar um(a) filho(a) em uma escola confessional passa por acreditar no trabalho de prevenção e no apoio que será prestado caso essa problemática se instaure.

O Pr. Reinaldo corrobora com essa visão: "é verdade que as escolas cristãs têm uma tendência a ser mais cuidadosa com essa questão. E, neste sentido, isso dá maior segurança aos pais, fazendo com que eles busquem por escolas cristãs", aponta.

Capelania

Após comunicar com a família o problema, no caso de uma parceria firmada, a capelania faz o que o psicólogo chamou de "trabalho de bastidores".

"A gente busca investigar o contexto por trás daquele processo: se os pais estão desempregados, se houve falecimento na família, separação dos pais... Porque, conforme

“

A estabilidade familiar é imprescindível para ser um elo de fortalecimento da formação do caráter dessa criança/adolescente.

”

Pr. Eliomar Correa de Jesus

já comentei, isso é um dos fatores que pode desencadear o processo de experimentação", ressalta.

Ademais, hoje, a capelania não busca mais categorizar ou rotular o aluno e, sim, vê-lo como um indivíduo que está em sofrimento.

"Nós buscamos ter um olhar acolhedor para esse aluno e vê-lo como alguém que tem uma necessidade, uma carência e que precisa de uma atenção especial", salienta.

Segundo ele, os alunos costumavam se mostrar receptivos às conversas. "Muitos se abriam para serem ajudados, outros questionavam sobre o uso de entorpecentes, e nossa conduta era de sanar dúvidas, apresentar nossas perspectivas e ouvir o adolescente", confirma.

O Pr. Reinaldo também considera o diálogo e a relação de confiança

entre capelão e aluno importante para a resolução do problema.

"O caminho da capelania é sempre o diálogo aberto e franco. Contudo, para isso, é preciso que se tenha construído uma relação de confiança entre capelão e aluno, para que seja possível essa conversa e os aconselhamentos visando ao tratamento do problema", acredita.

Prevenção

Pr. Eliomar considera que a prevenção é primordial para erradicar o problema. Ainda segundo ele, a informação é a arma mais poderosa para combater esse mal. Nesse sentido, a prevenção se dava por meio do conteúdo programático de ensino religioso, semana da interdisciplinaridade e da conscientização.

"O conteúdo programático de ensino religioso tinha um período no qual era abordado o que são as drogas, os seus efeitos, a questão da origem, e dando informações sobre os riscos que poderiam causar o consumo desse tipo de elemento", ressalta.

Outrossim, acontecia nas escolas, também, semanas da conscientização. Os alunos faziam pesquisas e expunham aos colegas sobre os malefícios de todas as drogas, inclusive as lícitas.

"Buscávamos trazer, também, pessoas da área, policiais civis, por exemplo, que tinham autorização de mostrar os produtos e falar sobre como a segurança pública trabalha nesse sentido, o desdobramentos disso na saúde pública e questões pertinentes nesse sentido", lembra.

A conscientização passava também pela interdisciplinaridade. "Fazíamos semanas interdisciplina-

res também das várias disciplinas para tratar o assunto sob todos os vieses, analisando como que cada matéria pode contribuir para informar. Por exemplo, a química informava os efeitos químicos, a biologia os efeitos biológicos, a educação religiosa podia ensinar os efeitos morais, e por aí vai”, enumera.

Relato

De vários casos que o Pr. Eliomar acompanhou, teve um rapaz que chamou a atenção. A família dele estava em muito sofrimento pela separação dos pais dele - pai, mãe, os avós e ele estavam muito abalados com isso.

Contudo, as outras pessoas tinham repertório e recursos para lidar com essa dor, mas ele não. Isso fez com que o sofrimento dele não fosse muito bem assimilado e isso o levou a iniciar o processo de experimentação da maconha.

Porém, ele começou a perder um pouco a noção de controle e passou a ter uma queda de rendimento, um processo de irritabilidade - coisa que espantou a capelania, já que ele era um excelente aluno - e o que era um consumo recreativo no início começou a virar uma dependência que continuou aumentando o grau de complexidade.

Ele perdeu a noção do controle e quase ficou em um processo de reprovação. Quando percebeu os prejuízos que as escolhas dele poderiam causar, caiu em si e veio até a capelania para conversar e entender o que se passou.

Ao recebê-lo, o pastor conta que a sua postura, no exercício da capelania, não foi de radicalização, de julgamento ou de condenação, mas a de buscar entender qual era o sofrimento dele, o que ele estava vivenciando.

Nesse processo, foi procurado mostrar para ele as escolhas que ele tava fazendo e o que essas escolhas



estavam produzindo na vida dele. Com essa informação em mãos, cabia a ele tomar decisões, ações e observar o que tava acontecendo e as consequências.

O aluno passou a tomar outras atitudes para recuperar as notas e, com a ajuda da equipe escolar, conseguiu. Quando ele passou a ver a recompensa das atitudes que ele estava tomando, ele ficou mais animado a continuar nesse caminho, passou de ano e passou a fazer melhores escolhas.

“Acho que o que mais marcou nesse caso foi a relação de afeto que ele passou a ter com a capelania. Acho que isso que foi o que marcou pra ele e fez diferença. A capelania conseguiu trazer respostas aos conflitos dele, que era exatamente o que ele procurava na droga. Então, a nossa prática pode fazer toda diferença para a recuperação e prevenção desses adolescentes”, finaliza.

“

É verdade que as escolas cristãs têm uma tendência a ser mais cuidadosa com essa questão, fazendo com que eles busquem por escolas cristãs

”

Pr. Reinaldo Júnior

Projetos

Aluno do Colégio Batista Fluminense vence concurso mundial e visita a NASA

Com apenas 15 anos, Luis Gabriel de Sales Castillo foi à NASA, em junho, acompanhar o lançamento do projeto que enviou para o concurso Cubes in Space, demonstrando o resultado que se têm quando a escola apoia iniciativas e sonhos.



Desde muito jovem, o espaço sempre exerceu um fascínio muito grande sobre Luis Gabriel de Sales Castillo, aluno do Colégio Batista Fluminense em Campos/RJ. Por essa razão, ele começou a estudar astronomia desde muito jovem, aos 9 anos, participando do Clube de Astronomia Louis Cruls.

De lá para cá, Luis Gabriel continuou flertando com essa ciência e teve o ápice da relação ao vencer o concurso “Cubes in space” - que consiste em lançar cubos de 4cm² contendo materiais propostos pelos participantes - e representar o Brasil sozinho no lançamento dos cubos vencedores.

Pioneiro

Segundo o rapaz, no ano passado, ele e outro grupo foram pioneiros na participação do Brasil no concurso.

Contudo, nesse ano, o Brasil deu um show de participação. “Neste ano, o nosso país enviou nove cubos com dez experimentos. Ou seja: quase 10% da competição inteira foi do Brasil”, frisa.

Pele de Tilápia

Dos 80 cubos vencedores enviados para o espaço, um foi o de Luis Gabriel. Dentro dele havia pele de tilápia - inspirado pelo projeto do professor Marcelo Borges (Universidade do Ceará) que a utiliza para tratar queimaduras - com o objetivo de observar como o material reage às alterações de pressão e gravidade.

Lançamento

Luis Gabriel acompanhou o lançamento, no dia 20 de junho, em uma ilha na Virgínia.

“Presenciar o lançamento foi uma coisa muito gratificante, porque fomos pioneiros ano passado e, naquele momento, eu estava representando o Brasil sozinho. É uma sensação muito boa a de poder representar a pesquisa brasileira!”, conta.

Além disso, ele apresentou a sua pesquisa no RocketFest 2019 - um evento que reuniu os principais

donos de projetos vencedores do concurso.

Apoio

O rapaz considera que a sua escola teve uma importância fundamental para essa sua conquista.

“A escola realizou uma vaquinha para me ajudar a juntar recursos para a minha viagem. Além disso, me auxiliou muito com a divulgação desse meu projeto”, afirma.

Ademais, o Colégio Batista Fluminense, também apoiou a paixão pela astronomia de Luis. “Eu e um colega fundamos um clube de astronomia (CAAB) na escola e sempre tivemos todo apoio para projetos que eu quisesse promover, sempre ouvem minhas ideias e me dão muito apoio nesse quesito”, completa.



Aula tradicional x Ensino integrado (CLIL)

Quais as diferenças para realmente ser bilíngue

O bilinguismo surge, nas escolas, como um diferencial competitivo e como uma excelente forma de garantir a “meaningful learning” (aprendizagem significativa) ao usar a língua como instrumento de estudo das outras disciplinas curriculares - que é o que faz uma escola ser realmente bilíngue.

Hola!

Hello!

“

As vantagens de implementar o ensino bilíngue em uma escola estão nas duas pontas: ajuda a escola a ser mais competitiva no mercado e traz uma melhora significativa na cognição dos alunos.

”

Prof^a. Ana Gurgel

Vivemos tempos de um mercado cada vez mais competitivo. Muitas escolas oferecendo vários diferenciais, como aulas de natação, judô, dança, estruturas excelentes e um excelente corpo docente para aumentar a quantidade de alunos enquanto promove um ensino de qualidade.

Contudo, muitas escolas ainda insistem em aulas tradicionais de inglês ou em materiais que muito se assemelham a materiais de cursos de inglês, acreditando que um bom material é o suficiente para uma escola ser considerada bilíngue e, por conseguinte, ser mais competitiva no mercado.

CLIL

Segundo Ana Gurgel, fundadora da Twice, uma empresa especializada em material didático para instituições bilíngues, uma escola verdadeiramente bilíngue tem de trabalhar os conteúdos previstos no currículo (matemática, geografia, história, ciências, por exemplo) utilizando a segunda língua a ser aprendida - no caso, a língua inglesa.

Essa forma de ensino de chama *content language integrated learning* (aprendizado por meio da integração de conteúdo) ou CLIL. Dessa forma, as aulas deixam de ser sobre a língua e as aulas passam a ser lecionadas na língua em outras disciplinas, como *math, science*, por exemplo.

“Isso quer dizer, por exemplo, que, ao invés do aluno aprender as formas comparativas e superlativas do inglês usando exemplos que não tem tanta relevância, como ‘o cabelo de Maria é mais longo do que o cabelo da Rita’, eles aprendem, por exemplo, na disciplina de science, comparando o tamanho dos planetas. Dessa maneira, a língua é instrumento para que ele aprenda ciências, ao invés de ser o foco do estudo no momento”, explica.

Essa forma de aprendizagem, de nome *meaningful learning* (aprendizagem significativa) coloca o aluno como detentor do novo idioma, fazendo com que ele não só aprenda a gramática do idioma, na disciplina do idioma, mas que opere com ele enquanto revisita os conteúdos das outras.



Aula TWICE no Colégio Nazareno (Rio Claro, SP)



Ana Gurgel, Teacher Marcela e a Diretora Cláudia Biazon

Escola Bilíngue X Escola Internacional

Além disso, é importante mencionar a diferença entre uma escola bilíngue e uma escola internacional.

“Na escola bilíngue o aluno aprende a língua inglesa a utilizando na construção do conhecimento sobre outras disciplinas. Já uma escola internacional tem o currículo de outro país, sendo a língua inglesa apenas mais uma matéria”, esclarece Ana.

Vantagens

Conforme já mencionado, as vantagens de implementar o ensino bilíngue em uma escola estão nas duas pontas: ajuda a escola a ser mais competitiva no mercado e traz uma melhora significativa na cognição dos alunos.

“A escola que ainda insiste no ensino tradicional da língua inglesa tende a perder muito no mercado, uma vez que o conceito de one stop school (uma escola que oferece para a família do aluno tudo que o filho precisa, para que ele(a) não tenha de levar e buscar o seu filho para as diversas aulas extras) tem estado cada vez mais em voga, por questões práticas. Assim, uma escola bilíngue supre a necessidade de cursos de inglês”, analisa Ana.

Ademais, o aluno muito tende a ganhar ao estudar em uma escola bilíngue, uma vez que, conforme já dito, ele revisita os conteúdos aprendidos nas disciplinas curriculares no segundo idioma. Ana diz que é por esta razão que o sistema de ensino proposto por ela se chama Twice.

“Deste modo, revisitando os conteúdos, o aluno se torna proficiente na língua inglesa, obtendo certificados internacionais da University of Cambridge, de forma a atestar a sua capacidade de comunicação e compreensão da língua inglesa, uma vez que esses testes avaliam leitura, escrita, compreensão auditiva e expressão oral”, garante.

“

Essa forma de aprendizagem, de nome meaningful learning (aprendizagem significativa), coloca o aluno como detentor do novo idioma, fazendo que ele não só aprenda a gramática do idioma, na disciplina do idioma, mas que opere com ele enquanto revisita os conteúdos das outras.

”

Prof^a. Ana Gurgel

Os benefícios de um processo de coaching educacional e vocacional

A tarefa de escolher a profissão que irá exercer para o resto da vida pressiona milhares de jovens diariamente – assim como o tortuoso caminho, repleto de dedicação, para que ele chegue ao curso desejado. Nesse contexto, o acompanhamento de um Coach pode trazer benefícios ao aluno, tanto na estruturação da rotina de estudos quanto na descoberta da própria vocação.



Gilbert Salazan

Graduado em Administração de empresas e Teologia, atua como Coach vocacional e de carreira.

O Coaching é uma metodologia de desenvolvimento e capacitação humana. É um processo conduzido por um Coach (profissional), que pode ser considerado um treinador que assessora o Coachee (cliente do processo de Coaching), levando-o a refletir, aprender, definir ações e, principalmente, agir em direção aos seus objetivos, metas e desejos.

O processo de Coaching proporciona clareza em relação aos objetivos e metas dos Coachees. Coaching significa tirar um indivíduo de seu estado atual e levá-lo ao estado desejado, de forma rápida e satisfatória.

Essa prática promove o autoconhecimento, aumento da autoconfiança, quebra de barreiras e limitações e leva o Coachee a perseguir e alcançar suas metas de forma objetiva e assertiva.

Qual o propósito do coaching na escola?

O Coaching na escola tem a função de ajudar os estudantes a melhorarem seu desempenho, sua concentração e os resultados nos estudos.

Durante o processo de Coaching

para estudantes, são aplicadas ferramentas de Coaching que promovem autoconhecimento, autoconsciência, melhor organização do tempo dedicado aos estudos, maior concentração nos estudos para o ENEM e Vestibular, descoberta da vocação, conhecimento das profissões e do mercado de trabalho.

Além disso, o acompanhamento pelo Coach auxilia na elaboração de uma rotina de estudos, na aplicação de uma metodologia apropriada e na identificação de obstáculos ao aprendizado e como superá-los.

Todos os alunos podem se beneficiar do processo de Coaching Educacional. Entretanto, os alunos do Ensino Médio, ao serem auxiliados para a melhora do tempo dedicado aos estudos e para melhores resultados, assim como a descobrirem sua vocação, terão melhor aproveitamento do processo por se encontrarem no momento da escolha de sua futura profissão.

Ademais, o processo de Coaching também pode ser estendido ao corpo docente, na busca do desenvolvimento profissional e da excelência no ensino.

Coaching na orientação vocacional

O Coaching Vocacional tem a função de auxiliar estudantes do Ensino Médio a descobrirem sua vocação por meio da aplicação de técnicas e ferramentas de Coaching. O propósito é que o jovem aprenda a escolher por si mesmo, depois de um extenso processo de reflexão.

De acordo com Rodolfo Bohoslavsky (Orientação vocacional: A estratégia clínica. São Paulo: Martins Fontes), o objetivo da orientação vocacional é ajudar o adolescente a elaborar sua identidade vocacional-ocupacional e mobilizar sua capacidade de decisão autônoma.

O orientador assume o papel de facilitador do processo, acompanhando o adolescente em sua reflexão e esclarecimento, permitindo que este elabore, pouco a pouco, seu projeto profissional e chegue de forma autônoma a uma decisão madura e consciente.

Outrossim, a orientação vocacional busca levar o estudante a suprir-se de informações a respeito das profissões, suas características, aplicações, requisitos, forma e local de trabalho para que tenham condições de fazer uma análise crítica das profissões de sua preferência.

No livro Orientação Vocacional e de Carreira (Ed. Artmed), Rosane Schotgues Levenfus aborda a necessidade de se realizar uma investigação da personalidade do indivíduo a fim de identificar situações de conflitos, suas aptidões, interesses e capacidades, assim como detectar as influências, positivas ou negativas, sofridas pelo aluno no momento da escolha profissional, seja dos pais, familiares ou amigos.

Pesquisas recentes apontam que o índice de evasão no ensino superior brasileiro varia entre 20 e 22%. Dentre as principais causas está o despreparo



de muitos estudantes do Ensino Médio ao fazerem a escolha da sua profissão, exatamente por desconhecerem a própria vocação. Essa evasão, além de gerar prejuízo financeiro, causa perda de tempo na formação dos estudantes.

Todavia, não é de se admirar que muitos jovens fiquem confusos diante dessa decisão, pois, atualmente, os estudantes precisam escolher um entre mais de 200 cursos superiores oferecidos nas faculdades brasileiras.

Nesse contexto, o acompanhamento pelo Coach auxilia o estudante a descobrir sua área de interesse e a identificar o grupo de profissões pertinentes a essa área. Essa descoberta funciona como um funil que aproxima o aluno da profissão de sua preferência.

Por meio de técnicas como pesquisas e entrevistas, jogos, dinâmicas de grupo e discussões, o estudante é levado a decidir, com maior clareza e exatidão, qual curso superior fazer.

“
Todos os alunos podem se beneficiar do processo de coaching educacional. Entretanto, os alunos do Ensino Médio (...) terão melhor aproveitamento do processo.

”

A escola deve ensinar boas maneiras ou só Português e Matemática?

O atual cenário de pais cada vez mais ocupados suscita discussões sobre até onde uma instituição deve ir para educar o aluno. A escola deve ensinar boas maneiras ou só português e matemática? Qualquer escola que seja exigente fará boas contribuições na formação das nossas crianças? Tirar boas notas significa uma formação integral?



Lilian Neves

Psicopedagoga, palestrante, Coordenadora de desenvolvimento de conteúdo do Programa Bene.

Tentar encontrar o limite entre o que deve ser feito pela escola e pela família são questões muito relevantes na hora de se estabelecer a parceria família e escola.

Para iniciar as considerações, é necessário perceber que as atividades escolares requerem de habilidades socioemocionais. Para uma visão geral disso, observe as relações:

O que se anuncia da atividade escolar

- Participar de uma aula dialogada
- Realizar uma experiência investigativa em laboratório
- Resolver questões objetivas
- Organizar um projeto de pesquisa
- Estudar sozinho
- Estudar para ajudar um colega
- Ações de intervenção sustentável
- Atividades de educação física
- Participar de uma apresentação de seminário
- Cuidar de seus pertences
- Apoiar o colega que quebrou o braço
- Participar de uma roda de conversa
- Analisar criticamente um contexto histórico
- Escrever uma boa redação
- Criar um projeto

O que se requer de habilidade socioemocionais

- Escuta ativa, assertividade
- Autocontrole, persistência
- Capacidade de resolução de problemas
- Trabalho em equipe
- Metacognição, emancipação
- Solidariedade, inteligência coletiva
- Transformação social
- Consciência corporal, qualidade de vida
- Respeito, estabilidade emocional
- Organização, responsabilidade
- Generosidade, colaboração
- Comunicabilidade, criticidade
- Reflexividade, imaginação
- Capital cultural, inovação
- Protagonismo, problematização

É visto que, nas práticas da escola, das mais tradicionais às metodologias mais ativas, o mesmo estudante opera tanto as habilidades de pensamento quanto as socioemocionais. São indissociáveis. Enquanto opera desafios à cognição, habilita-se no afetivo-emocional,

no ético-social. Aprende-se saberes, procedimentos, e também se exercita a resiliência e flexibilidade.

Ademais, a escola é espaço de aprendizagem do português, da matemática, contribuindo na formação do ser humano integral, de maneira integrada:

Cognitivo

habilidades do pensamento como lembrar, entender, aplicar, analisar, avaliar, criar.

Socioemocional

estabilidade das emoções e exercício das virtudes morais.

Corporal

Desenvolver consciência corporal, vivenciar uma vida de qualidade

Transcendência

Ação do sujeito para além de si, considerando o próximo.



Estudos recentes realizados por organizações internacionais nos ajudam a compreender a importância do desenvolvimento das competências socioemocionais.

A OCDE comprova, em suas pesquisas, que estudantes que apresentam tais competências demonstram melhora dos resultados: são constatados o aumento de índices de sucesso educacional, social e no mercado de trabalho.

Além disso, verifica-se aumento nos benefícios de investimentos em educação, favorecendo as perspectivas socioeconômicas de populações menos favorecidas.

Logo, fica clara a importância da educação na promoção destas competências, dos contextos de aprendizagem (família, escola e comunidade), dos estágios de progressão escolar (ênfata a flexibilidade do

aprendiz na primeira infância), da necessidade de políticas públicas, dentre outras. Tudo tendo em vista o progresso social.

Outras organizações, como a UNESCO e a Partners for 21st Century Skills (EUA), enfatizam, por sua vez, as contingências socioculturais do século XXI e buscaram dimensionar quais as competências seriam necessárias aos jovens para serem bem-sucedidos na vida contemporânea, considerando também os aspectos profissionais e acadêmicos. São algumas: o pensamento crítico, a resolução de problemas, a colaboração, a flexibilidade, a liderança, a iniciativa e habilidades interculturais.

No Brasil, temos recém-aprovada uma legislação sobre organização do currículo escolar: a Base Nacional Curricular Comum.

Ela traz uma meta de direitos de aprendizagem e competências gerais, dentre os quais se encontram vários itens que se relacionariam à temática das habilidades socioemocionais. Nesse sentido, as escolas deverão obrigatoriamente considerar esses saberes em seus programas e cursos.

Sendo assim, contribuir na formação dessas competências e habilidades socioemocionais é bem representativo ao trabalho da escola. E, como tudo em educação, só é possível ensinar aquilo que se aprendeu e que se é. Desta forma, se faz requerido que o educador também desenvolva criticamente suas habilidades socioemocionais.

Num exercício de autoavaliação, tudo o que se disser acerca de competências socioemocionais, diz acerca de mim mesmo, em primeiro lugar. Será necessário para esse profissional repensar como opera suas próprias emoções e como se relaciona com o outro.

Esse processo de compreender melhor o que se passa dentro de si, e como deve se posicionar diante dos seus desafios pessoais, passa por um desenvolvimento contínuo e progressivo. Além disso, buscar promover um espaço de reconhecimento, reflexão e exercício – de si, do outro e da ação moral.

Colégio Metodista Granbery:

130 anos de tradição e qualidade de ensino

A instituição de mais de um século de existência se consolidou na região ao propor um projeto de educação mais inovador e humanizado – com valores muito bem definidos e nobres.

Fundada pelos pastores John MacPhearson Lander e James William Wolling, em setembro de 1889, e inicialmente chamada de “Juiz do Fora High School”, o Granbery traçou como seu objetivo principal a construção de uma sociedade democrática, justa e solidária.

Devido ao projeto de proporcionar uma educação inovadora e humanizada, o Granbery foi considerado um marco para a Zona da Mata mineira, por ter uma forma de ensino que atribuiu um novo perfil à educação.

Para Cleide Mara dos Santos Rocha, a diretora pedagógica da instituição, isso é fruto de uma ação pedagógica do amor.

“É esse amor pela prática educacional transcende preconceitos, conceitos, preconceitos, religiões, dogmas e se forma junto, de mãos dadas, por um ideal de agir pela transformação de uma nação”, defende Cleide.

Ensino superior

Devido ao sucesso do projeto de educação, gradualmente, o Granbery se especializou no ensino superior e, em 1999, foi fundada a Faculdade Metodista Granbery.

Hoje, com vinte anos de existência, a faculdade tem como um dos



grandes enfoques pedagógicos a prática de esportes – trabalho ampliado com a reformulação dos espaços do Centro de Educação Física e Esportes (CEFE), em 1996.

Inovação constante

Ainda que seja a mais antiga instituição de ensino da Zona da Mata Mineira, o Granbery continua, como desde sua fundação, a inovar para atender às necessidades da região conforme elas surgem, marcando sua identidade transformadora.

Como berço de uma educação reformadora, segundo a professora Andrea Castro de Assis Lopes, o Granbery continua entregando para a sociedade juiz-forana um serviço

de qualidade e inspirado em valores indiscutivelmente nobres.

“Continuemos seguindo, sempre em frente, com alicerces inabaláveis, e daremos prosseguimento à história iniciada pelos missionários metodistas!”, finaliza a professora.

“

De mãos dadas pelo ideal de um agir pela transformação de uma nação.

”

Cleide Mara dos Santos Rocha

Os princípios para uma boa comunicação

A comunicação em quaisquer organizações deve ser algo pensado para que as pessoas envolvidas nos processos não se sintam prejudicadas. Quando se trata de uma escola cristã, a Bíblia pode trazer significativos caminhos sobre como fazê-lo da melhor forma.

Um dos processos mais fundamentais para a saúde organizacional de uma empresa é uma boa comunicação. Os ruídos presentes quando não se dá a devida atenção a essa área podem trazer improdutividade, problemas de relacionamento e insatisfação de clientes.

No caso de uma instituição cristã, cujos princípios são bíblicos, é importante que a comunicação também seja regida por estes, levando em conta os ensinamentos de como devemos nos comunicar.

Comunicação positiva

É importante sempre estar atento aos casos de celebração, parabéns ou preocupação.

Isso demonstra que os liderados são individualmente especiais, sensação que potencializa o desempenho e traz sensação de pertencimento.

Isso é importante dentro da equipe da escola, mas se estende à relação alunos e responsáveis.

Quando foi a última vez que a escola perguntou a um aluno sobre o estado de saúde de um familiar que esteve doente? Ou deu para-

béns pelo desempenho de um aluno que passou por um momento difícil? Reflita.

Combata a fofoca

Infelizmente, em todo lugar que há muita gente reunida há fofoca, sendo isso um problema antigo, relatado até em Provérbios.

Nesse sentido, cabe ao líder ser rígido quanto ao combate da fofoca, seja entre alunos, familiares, professores e funcionários.

Algumas medidas a serem tomadas são criar um espaço de escuta entre os funcionários, para que não haja necessidade de fofocas, estabelecer acordos para que os colaboradores parem os boatos e compartilhar mais emoções positivas.

Ouçã e compreenda

A habilidade de ouvir e compreender o outro antes de falar precisa ser lapidada por um bom gestor.

Muitas vezes, o líder fica muito preso às próprias convicções e age levando elas em consideração ao invés de ouvir e entender o outro lado.

Lidar com pessoas é lidar com

diferenças, e dar compreensão é entender que essas diferenças não precisam ser motivo para confrontos.

Busque o olho no olho

Com a correria da rotina, acabamos negligenciando certos aspectos da comunicação, mas o contato físico não deve ser negligenciado nunca.

Prefira trocas sinceras com olho no olho ao invés de e-mails e demonstrações indiretas.

Leve essa prática para conversas tanto entre colaboradores, até com responsáveis e alunos.

Local de escuta

Se for parar para pensar em cada aspecto citado, percebe-se que o que faz toda diferença é criar um local de escuta e acolhimento.

Receba bem feedbacks positivos e negativos, criando um senso de confiança e construção.

Um bom gestor busca construir pontes ao invés de muralhas - e entende que os tijolos da ponte são feitos de boa comunicação.

Eventos na escola como fator de reforço para captação e retenção de alunos

Sua escola vai realizar vários eventos no segundo semestre? Use o calendário de eventos escolares para fortalecer a campanha de matrículas.



O segundo semestre é o período no qual, geralmente, acontecem os principais eventos do calendário escolar. Feiras de ciências, musicais de final de ano, festas de formatura, palestras, comemoração do dia dos pais, olimpíadas internas e vários outros momentos que fazem a comunidade educacional vibrar.

Esses eventos são preparados com muito esmero e antecedência. Investimentos são realizados: horas de ensaio, montagem de cenários, preparação do som, ornamentação, muitas reuniões, comunicados às famílias, organização da

programação... ufa! Tudo ajustado para que aconteça pedagogicamente da melhor forma possível.

Depois que as cortinas do teatro são fechadas, o último gol é marcado, que o pátio é varrido, há, no fim da festa, um agradável sentimento de dever cumprido! Será que você não esqueceu nada?

E quanto o retorno comercial para sua escola desses eventos? Já parou para pensar que eles são excelentes oportunidades para o seu esforço de marketing visando captação e retenção de alunos?

Planejamento

Na elaboração dos nossos projetos educacionais, o pós-evento deve ser pensado como o início das ações comerciais. Se não houver um planejamento prévio disso, muitas ações se tornam inviáveis.

Vivemos hoje a sociedade da experiência. Nossos eventos e atividades escolares são um instante do nosso universo educacional, uma "degustação" do que somos. Não abra mão de aproveitar isso para sua escola e não subestime a importância que um visitante pode dar aos eventos da sua escola.

Dicas práticas para o calendário de eventos escolares gerar resultados para sua campanha de matrículas:

- 1 Faça seleção das melhores fotos do evento e crie um álbum no seu site.
- 2 Publique as fotos no seu Facebook e Instagram marcando o máximo de pessoas que aparecem nelas, para que se gere o efeito viral nas redes.
- 3 Faça um vídeo com as fotos e publique no seu canal do Youtube – não precisa ser um vídeo elaborado, pode ser feito em um editor de vídeo básico.
- 4 Envie os links com as fotos, tanto do seu site quanto das mídias sociais, via e-mail marketing para sua comunidade escolar, agradecendo a todos que colaboraram para o sucesso do evento.
- 5 Ao pensar nos eventos, incentive o convite de familiares e amigos de fora da escola, mas torne obrigatório o cadastro desses visitantes.
- 6 Com base dos dados recolhidos, envie um convite a todos para conhecerem a proposta pedagógica da escola.
- 7 Crie um tour pela escola pensando na abordagem desses convidados.

ABIEE realiza simpósio de Educação Básica em Brasília

Acontecerá, nos dias 3 e 4 de outubro, em Brasília, o Simpósio de Educação Básica.

Trazendo como tema principal "Gestão Educacional em Tempos de Transição – oportunidades e desafios", o evento receberá mantenedores, diretores, gestores, coordenadores e professores da educação básica.

As palestras e as mesas objetivam proporcionar conhecimento e reflexão em importantes áreas da gestão educacional, como: sustentabilidade financeira, captação e retenção de alunos, posicionamento de marca, inovação, identidade profissional, questões trabalhistas e tributárias, *homeschooling*, Lei de Inclusão e a nova Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais.

O evento será promovido pela ABIEE – Associação Brasileira de Instituições Educacionais Evangélicas – uma organização sem fins lucrativos de instituições confessionais que tem por objetivo a promoção da educação, da pesquisa, do ensino e da cultura.

TEMA



Gestão educacional em tempos de Transição
– Oportunidades e desafios

DATA



3 e 4 de Outubro de 2019
Início as 9h

LOCAL



Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras
Edifício Via Universitas,
SEPN 516, Conjunto D,
Lote 09 – Asa Norte – Brasília-DF.

PARTICIPAÇÃO

Abraham Weintraub
Ministro da Educação

Wisley João Pereira
Diretor de Acompanhamento de Políticas da Educação Básica do MEC

Guilherme Schelb
Procurador Regional da República do Distrito Federal

Denise Cavallini
Gerente Pedagógica do Programa Escola da Inteligência – Augusto Cury

Leandro Sieben
Diretor Geral do Colégio Martinus de Curitiba -PR

Silvia Doninni
Secretária de Educação de São Bernardo do Campo – SP

Rosariane Gláucia
Pesquisadora de Alfabetização, doutoranda em educação pela UEMESP

Ítalo Curcio
Membro do FNE, pesquisador nas áreas de educação, ética e cidadania, professor Universidade Mackenzie

Felipe Cascaes Sabino Bresciani
Subchefe Adjunto Executivo Assuntos Jurídicos da Casa Civil – Palácio do Planalto

Uziel Santana
Presidente Anajure

Luigi Braga
Diretor Conselho Diretivo Nacional Anajure

Felipe Vieira
CEO do Proesc

Rogério Scheidegger
Diretor Prospecta Educacional



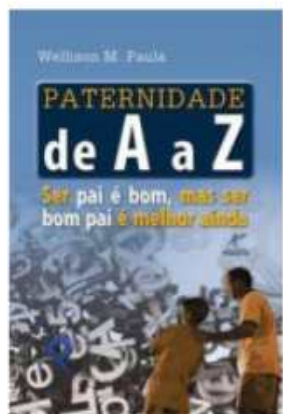
Inscreva-se no evento www.abiee.org.br

Dicas de leitura

[LIVRO]

Paternidade de A a Z

Wellison M. Paula



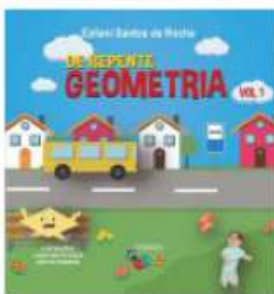
Nas décadas de 50 e 60, os pais eram conservadores e mantinham o padrão de supridores financeiros, e, as mães eram figuras maternas de caráter estritamente doméstico. Nos anos 70 e 80, eles decidiram abrir as comportas da liberdade para os filhos. E logo uma geração de jovens sem limites desafiou os pressupostos dessa

liberdade, perdendo a direção e o sentido necessários ao rumo dos acontecimentos.

[LIVRO]

De repente Geometria

Ezilani Santos da Rocha



Coleção de histórias infantis sobre as Formas Geométricas para auxiliar educadores, pais e crianças dos 5 aos 7 anos. Para ir além da geometria é aqui!

PingPong



Alcione Souza

Colégio Arca
Barbacena / MG

DICA DE VIAGEM: Leve alguém especial com você; qualquer lugar ficará lindo e divertido! Mas vale a pena conhecer Ilha Grande, em Angra dos Reis-RJ

LIVRO: "Ferramentas de Ensino & Aprendizagem" (livro de minha autoria)

FILME: "Até o último homem".

MÚSICA: "Amazing Grace"



Enir Pereira

Instituto Metodista
de Petrópolis / RJ

DICA DE VIAGEM: Foz do Iguaçu com visita às Cataratas.

LIVRO: Simplifique- Bill Hybels

FILME: Preciosa - uma história de esperança.

FRASE: Até aqui nos ajudou o Senhor.

MÚSICA: Tente lembrar- Sérgio Lopes.



Cláudia Gomes

Instituto Presbiteriano
de Educação em
Volta Redonda / RJ

VIAGEM: Israel

LIVRO: Meu Amigo Yeshua – Matheus Gomes

MÚSICA: Eu Confio em Ti – Viva Adoração

FILME: Uma questão de Fé

FRASE: Tudo parece impossível até que seja feito!
(Augusto Cury)



REVISTA Veredas EDUCACIONAIS

A Revista do Gestor Educativo de Escolas Cristãs

Com foco no gestor de instituições educacionais confessionais, a revista Veredas Educacionais aborda temas úteis em gestão, educação e marketing.



VERSÃO IMPRESSA

865 escolas

Origem confessional cristã

VERSÃO DIGITAL

+ 4.000

educadores e gestores

prospecta
Estratégia Educacional

ANUNCIE
(27) 2142-7974

comercial@prospectaeducacional.com.br

Envie suas sugestões para a Veredas!
Queremos saber mais da sua escola.

Acesse www.prospectaeducacional.com.br

www.prospectaeducacional.com.br



ESTRATÉGIAS PARA

CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DE ALUNOS?

Conheça a Prospecta Educacional, uma empresa especializada em gestão comercial e comunicação para escolas confessionais cristãs.



MARKETING
DIGITAL



TREINA-
MENTOS
& CONSULTORIA



MARKETING DE
CONTEUDO



PRODUÇÃO
AUDIOVISUAL



CAMPANHA
DE MATRÍCULAS



GESTÃO DE
MÍDIAS
SOCIAIS

 27 99241-3383 | 2142-7974

www.prospectaeducacional.com.br

  Prospecta Educacional

prospecta
Estratégia Educacional