

NOÇÃO DE MARKETING EDUCACIONAL: A PARTIR DAS ATIVIDADES DA GESTÃO DA ESCOLA ESTADUAL FENELON CÂMARA

Ilca Andrade de Lima

Escola Estadual Presidente João Goulart

ilca.adelima@hotmail.com

Resumo: Este trabalho tem como objetivo demonstrar a noção de *Marketing Educacional*, por meio das ações da gestão da Escola Estadual FENELON CÂMARA. Aborda o marketing não no seu sentido mercadológico e promocional desta instituição, mas no seu sentido de proporcionar meios de satisfazer as necessidades do âmbito de ensino-aprendizagem. Utiliza-se de uma explanação dos procedimentos de ordem gestora para evidenciar as estratégias usadas no Marketing da referida escola. A sensibilização e a conscientização dos alunos, docentes e funcionários foram os pontos fundamentais para a aplicação dessa metodologia. Ações derivadas dessa gestão tiveram como resultado um bom desempenho no campo do ensino-aprendizagem e no campo de relação interpessoal. Espera-se que a apresentação desse trabalho contribua para a motivação de instituições detentoras de modalidades de ensino diversas em apoiar-se em um bom relacionamento entre alunos, gestão, e comunidade escolar em geral.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho ressalta os desafios e estratégias de “Marketing” de uma gestão pública, a partir de ações aplicadas em uma gestão escolar, para alcançar a melhoria da qualidade educacional e social de uma comunidade - uma ação coletiva de aprendizagens multidisciplinares no processo de construção dos conhecimentos e das ações práticas sociais. No entanto, na sua elaboração não há a proposição profunda da discussão das origens históricas, e das legislações quanto a estas mudanças educacionais, estudadas por alguns teóricos da educação, porém existem importantes referências para a compreensão desta construção, e na implementação das estratégias transformadoras para o aumento do desempenho do ensino e aprendizagem.

Este trabalho teve como objetivo geral descrever e como se promoveu e intensificou as ações práticas coletivas de aprendizagem multidisciplinar entre a gestão da Escola Estadual de Ensino Fundamental I Fenelon Câmara, situada na comunidade do Castelo Branco III, em João Pessoa- Paraíba, equipe escolar e comunidade para a melhoria da Educação Integral dos estudantes e nos Índices Avaliativos do MEC e da SEE, respaldando teoricamente o argumento da objetividade.

Portanto, neste texto, relata-se a colaboração real e positiva de um trabalho de Gestão Pública Democrática, sensibilizada nas ações sociais e no entendimento de que é possível construir uma Educação de qualidade; e quando partimos da conscientização no respeito a todos, que fazem parte deste processo, é, principalmente, a partir da vulnerabilidade social infantil.

Por meio dessa conscientização, tomam-se como base as ações sociais e as políticas educacionais e seus entraves aplicados à referida instituição de ensino, a qual foi contemplada com vários méritos e prêmios, a saber: o Prêmio Escola de Valor, e o Prêmio Mestre da Educação, e os Índices Avaliativos de referência, além de reportagens no Portal do MEC. Essas ações incrementadas são evidências de um progresso institucional, embora houvesse muitos obstáculos, assim como também a desintegração desta referida instituição, devido à ação política inadequada, visto que a extinção da funcionalidade institucional não se justifica por haver construtos, preceitos e ações que demonstram um empenho e elevação do teor didático-pedagógico. Essa ideia expressa nesse trabalho, não se constitui de um método para promover a instituição, mas se compõe de uma ação de demonstração de que a conscientização e sensibilização, cujo meio acredita-se ser mais apropriado para resolver problemas educacionais.

As ações impulsionadas por esta entidade escolar promoveram não só uma ascensão do interesse e apreço da comunidade circundante, a qual representa uma parte da sociedade que necessita de atenção, como também do serviço educacional mediante a carência desse referido setor.

Nesse Encontro de Educadores, intitulado Congresso Nacional de Educação, no qual se submete este trabalho, há a oportunidade de fortalecer uma luta motivacional em larga escala contra as discrepâncias educacionais e sociais, tendo uma consciência crítica da pedagogia do sistema educacional e dos caminhos da interdependência.

Diante deste fato, fortalece-se ainda mais o processo de melhoria desta educação - uma construção coletiva multidisciplinar - que surgiu nos desafios e nas estratégias de *marketing* de uma gestão, com um olhar de participação integral nas necessidades de

uma população local, a qual buscou em conjunto com a comunidade escolar ações fortes e favoráveis ao processo de ensino-aprendizagem e suas relações sociais e de cidadania, principalmente, referentes ao respeito à Lei de Diretrizes e Bases (LDB), aos estudos teóricos da Educação, nas Diretrizes Operacionais das Escolas da Rede Estadual de Ensino, e à elaboração do real cotidiano do Projeto Político Pedagógico da referida instituição. Neste âmbito, não foi preciso afrontar ou diminuir “setores”, e sim buscar alternativa de trabalho coletivo para superar desafios.

Uma Educação, que opera neste contexto sobre o foco direcionado à LDB (Lei de Diretrizes e Bases da Educação), a qual foi aprovada em 20 de dezembro de 1996. Em seu art. 1º, amplia o conceito de educação considerando-a como "processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais".

Neste âmbito de ampliação educacional, e na existência de uma satisfação quanto ao processo de abordagem pedagógica da escola, há alguns anos, a gestão da Escola Estadual de Ensino Fundamental I Fenelon Câmara sempre teve iniciativa de melhorar as metas educacionais em maior complexidade, sensibilizando a equipe e incentivando por resultados satisfatórios em todos os âmbitos da aprendizagem. Na compreensão desta propositura, e na condição de que não se deve deixar estabilizar as metas, é o que movia esse ensino, deixando todos em constante desafio de mudança a cada obstáculo encontrado para atingir índices de qualidade escolar de excelência.

O estudioso Paulo Freire (1979), enquanto ao seu livro “Educação e Mudança” nos revela em sua exposição de ideias a ênfase do compromisso verdadeiro para o engajamento do processo de mudança do ser, da conscientização do homem no seu tempo e espaço histórico, para transformação de mundo.

Agindo no comprometimento de uma ação, é fundamental a postura ética desta percepção na mudança em um sistema político de ações planejadas, uma característica importante da gestão escolar, corpo docente e comunidade, todos eram estimulados à modificação contínua da lógica de construção e compartilhamento do conhecimento, considerando que a aprendizagem vem ocupando todas as esferas da vida, seja sociocultural e/ou familiar.

Uma luta cotidiana dos saberes em suas diversas trilhas para fundamentar caminhos com êxitos, e tornou-se necessário ampliar métodos e modos de interpretação positivos. Ampliando alternativas coletivas que promovessem as práticas de ensino

bem-sucedidas, gerando aprendizagens dinâmicas e novas expectativas de melhoria pedagógica.

Outro estudioso da educação, que motivou a esta realidade, foi Miguel Arroio (1987) que nos faz importantes argumentações quando nos deslumbra em seu livro “Da escola carente à escola possível”, uma visão crítica histórica educacional, porém articulando saída a estas ideologias, ressalta que:

Sabemos dos limites das escolas e suas especificidades e carências, no entanto, não ser estas especificidades neutras, estáticas e sim promover oportunidades e condições a serem redirecionadas como proposta pedagógica do real de vida (p. 19).

Ou seja, reforça-se a importância do papel da mudança na conscientização de quem tem o compromisso educacional e social do saber, partindo da concepção que todos têm direitos e potencial para aprender, e viabilizar projetos em diferentes caminhos reais a estes conhecimentos globais - seria a sensibilização do crescimento educacional e social.

Logo, ao priorizar a qualidade educacional de forma integral, respeitamos estudos teóricos educacionais positivos e nos comprometemos também contribuirmos positivamente para a mudança do patamar de educação do Estado. Com este olhar, a gestão seguiu em frente com professores, funcionários, alunos e comunidade escolar, ousando na construção de novos pilares de conhecimentos que fizeram fundamentar a educação holística qualificada.

REFERENCIAL TEÓRICO

Marketing, em sua terminologia, refere-se ao contexto mercadológico, porém em sua amplitude conceitual, explana-se marketing no âmbito das relações interpessoais para argumentar este trabalho. O conceito de marketing não está vinculado a uma imagem de empreendimento lucrativo, mas à propagação de panorama no qual há trocas de ideologias e de valores.

Marketing é uma função organizacional e uma série de processos para a criação, comunicação e entrega de valor para clientes, e para o gerenciamento de relacionamentos com eles, de forma que beneficie a organização e seus *stakeholders*. (DARROCH *et al*, 2004 *apud* FREDERICO, E., p. 1, 2008). Segundo esse autor

marketing é uma categoria remetida à relação entre cliente e vendedor ou comerciante. Para se compreender o conceito dentro do âmbito da educação, subleva-se o teor de “relacionamento entre duas partes” a um binômio, especificamente, consistido em escola e sociedade, mais aproximadamente a esses dois fatores.

A escola, nestes termos, tem como papel de transformação social e de propagação de valores. Em seu espaço restrito detém a representação de um agente de mudanças, por ser um transmissor de ideologias. Propaga os valores que a sociedade expressa, a partir do indivíduo, o qual porta preceitos e valores que são e/ou estão intrínsecos em cada ser. Para essa concepção cabe refletir sobre o *habitus*, terminologia usada pelo autor Bourdieu.

Bourdieu apresenta o conceito de *habitus* como sendo as exterioridades interiorizadas pelo indivíduo de acordo com sua trajetória social. O *habitus* é formado durante a socialização do indivíduo, desde o seu relacionamento familiar, sua primeira educação, passando pela escola, religião, trabalho – todos os meios que, enfim, irão contribuir para a formação do indivíduo em determinado contexto social (ALMEIDA, 2005, p 142).

Esses meios mencionados pelo autor supracitado são necessários para que a haja uma propagação de valores por parte da escola, os quais são já construídos. Uma peça fundamental, que se pode dizer ao nos apropriarmos do conceito de *habitus*, é o contexto familiar, no qual se forma todo o “ser” que vai passar pelo “filtro”: a sociedade. Logo, em suma a instituição de ensino torna-se um reproduzidor social.

Esse teor conceutivo consiste um meio de compreensão para entender o conteúdo do *marketing educacional* expresso por este trabalho. Na visão do real empenho educacional, notadamente da Escola Estadual de Ensino Fundamental I Fenelon Câmara, situada na cidade de João Pessoa, no Estado da Paraíba, o representativo do “produto” é o valor demonstrativo de parte do *habitus*, isto é, o social se emerge como um ponto primordial e meio de divulgação das propostas de ensino. Com esse pensamento, entendemos que a escola por ser um reproduzidor de valores não deve deixar de ser uma fronteira com a sociedade (MELLO, 1982 *apud* ARROYO, 1987).

Sabe-se que a visão relativa a Marketing é confundida com o seu teor de capitalismo exacerbado, cujo conteúdo expresso não é condizente, apesar das fontes

existentes serem decorrentes dessa concepção, assim como se retrata no fragmento a seguir:

Colombo (2004), afirma que o objetivo do marketing é empreender esforços para conhecer e compreender tão bem o cliente que, ao desenvolver ações institucionais, seja possível, ao longo do tempo, fazer com que o serviço educacional vigente se venda por si mesmo¹.

Essa visão mercadológica transmitida por essa ideia remete ao foco da instituição de ensino: o seu objetivo, a sua meta. Todas as atividades desenvolvidas são para a formação do indivíduo a exercer a sua função de cidadão e de pessoa quanto membro da sociedade. O lucro representativo consiste no produto final da escola: a formação do ser pensante, nos preceitos freirianos, como membro da sociedade. Logo, “o compromisso da escola é um compromisso com a sociedade, e ela deve estar atenta ao mundo e às suas demandas” (REIS, 2011 p. 91).

No marketing, as estratégias para captar clientes e capacitar funcionários para venda constituem-se de diversos meios. Assim como no âmbito educacional, o marketing existente na escola, quanto entidade formadora, consiste no empreendimento de métodos de ensino-aprendizagem, e métodos de relacionamento entre os membros da comunidade escolar.

Superar o individualismo, o comprometimento com a vida coletiva, a capacidade de tomar decisões a partir de um sistema de princípios, as atitudes positivas no convívio social e várias outras demonstra a preocupação em fazer da escola o local apropriado para forma o cidadão (REIS, 2011, p. 99).

Essa ideia expressa por Reis (2011) eleva a função da escola não só como instituição, mas como entidade de transformação social – notadamente uma similaridade com a visão conceitual de Bourdieu – e acrescenta que há um valor diferencial: o afastamento do individualismo, ou seja, as ações que devem ser realizadas por todos que compõem a escola tende a ser, expressamente, coletiva. Ao apoiar-se de novo na exemplificação, pertinente à Escola Estadual de Ensino Fundamental I Fenelon Câmara, o trabalho coletivo é derivado de uma relação interpessoal harmoniosa – uma escola de valores, ético, moral e cívico. Notadamente, o marketing, nesse sentido, vincula-se a

¹VICENTINE, C. & STEIDEL, R. **Por que investir em Marketing Educacional?** As ferramentas do Marketing Auxiliando a escola a definir seu foco no cenário atual. Disponível em <
<http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2005/anaisEvento/documentos/com/TCCI123.pdf>

outro aspecto ademais do existente da formação do aluno para ser cidadão como também à formação de profissionais dotados de responsabilidade e de compromisso com a missão de educar.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Antes de expor os procedimentos metodológicos, faz-se necessário o conhecimento de que muitos estudiosos ao longo da história colocaram em suas pesquisas, ideias, teorias e metodologias para que pudéssemos nos alicerçar de forma segura nos desequilíbrios dos problemas educacionais e sociais, como Bourdieu, assim como foi explanado nesse trabalho, por ser um autor que usa os problemas da escola para contextualizá-la e desenvolver a ideia de transformação mediante os fatores negativos. Entretanto, nada terá muito alcance se não tivermos objetivos centrados na motivação e no aprimoramento para a melhoria educacional e social de um grupo, setor ou comunidade.

“... a formação para a cidadania crítica e participativa, onde escolas criem espaços de participação dos alunos dentro e fora da sala de aula de forma organizada onde estes possam praticar democracia, iniciativa, liderança e responsabilidade”. (LIBÂNEO, 2012)²

Entendem-se as constantes mudanças e surpresas nos âmbitos burocráticos, tecnológicos e sociais dentro da educação e da sociedade, como também se entende que, diante destas mudanças, é preciso buscar constantemente conhecimentos à compreensão dos mesmos para não estabilizarmos no tempo e espaço da realidade. Neste contexto, os procedimentos metodológicos deste trabalho consistem em apresentar as etapas que foram estudadas, redirecionadas, planejadas e projetadas para que se conseguisse obter o êxito de referência na qualidade do processo de ensino e aprendizagem, de formação para a cidadania, e de respeito a uma comunidade, como também, na contribuição para estimular outros diálogos e debates que possibilitem aprofundar amplos temas.

² Disponível em <<http://pesquisaepedagogicas.blogspot.com.br/2012/06/jose-carlos-libaneo.html>>

Este trabalho é de cunho teórico, baseada em uma pesquisa bibliográfica para argumentar as práticas educativas realizadas pela gestão escolar, as quais possuem um aspecto mais voltado a uma abordagem situacional por evidenciar as ações gestoras didático-pedagógicas.

Como forma de procedimento dos meios de produção que serviu como base para este trabalho, em particular, foi a principal trilha da Gestão constituída pela clareza e pelo repasse dos objetivos que se queria atingir a cada ação na comunidade escolar, respaldados no respeito, na ética e na transparência, um diálogo crítico construtivo para resgatar a melhoria de um grupo. As outras trilhas se encaixavam a partir do equilíbrio de cada obstáculo, resolvido de um setor para o grupo; uma reconstrução de caminhos viáveis que foram adotadas de forma unida e coerente. Os passos trilhados pela instituição quanto gestão, consistem na inter-relação entre setores, os quais se explicitam a seguir:

- Gestão e SEE - Ética, transparência e respeito geravam credibilidade nos setores burocráticos.
- Gestão de “Marketing”- Ética, transparência e respeito geravam credibilidade para alcançar a melhoria de um grupo/Comunidade. (Escola viva e acolhedora com seus ambientes limpos e coloridos)
- Equipe Técnica - gestão trabalhava parte burocrática; pedagógica; social e comunitária.
- Gestão e professores – consciente da profissão de escolha, respaldada de respeito recíproco e apoio as metodologias, projetos e ações que viessem contribuir a melhoria educacional e social do educando.
- Gestão e comunidade – uma instituição respeitada em suas diferenças, conscientizada em reuniões de sua união e força para a melhoria e sucesso de seus filhos e conseqüentemente ao social da comunidade.
- Gestão e equipe de apoio - consciente da profissão de escolha, respaldada de respeito recíproco e apoio aos problemas nos setores.

Etapas dos procedimentos metodológicos da pedagogia e sua aplicação

Para a organização desse trabalho, realizaram-se as ações abaixo mencionadas, foram realizadas reuniões com a equipe, houve a discussão das normas institucionais e compartilharam-se valores primordiais para o bom relacionamento, ocorreu a construção de documentos para a regularização das ações como os listados (*vide* elementos listados a baixo), discutiu-se o desempenho da instituição por meio de avaliação também expressa nesses procedimentos mencionados, recepcionou-se alunos para o seu acolhimento e recepção motivadora, através de realização de palestras, pesquisas de campo (baseadas nos temas abordados nas aulas dos professores) e aulas com simulados. Além dessas etapas, também ocorreu o trabalho com temas transversais por meio da colaboração dos professores.

Para a realização desse trabalho de uso de temas transversais foram necessárias anteriormente as reuniões pedagógicas para discutir como abordar cada assunto com o método de aplicação de atividades motivacionais.

- Reuniões e planejamentos mensais e bimestrais quanto a necessidade de reencontrar novos caminhos para a melhoria do processo (Avaliação dos livros didáticos, PPP (Projeto Político Pedagógico), PIP (Projeto de Intervenção Pedagógico), Regimento Interno, Diretrizes Estaduais das Escolas, acompanhamento em registro de avaliação em períodos e comportamentais, apoio pedagógico nos Programas quando viabilizados pela SEE (Secretaria de Educação do Estado);
- Livro de frequência / aluno - registro em relatório dos alunos que apresentavam ausências e déficit/dificuldade na aprendizagem objetivando acompanhá-lo com a família, buscando alternativas para ajudá-lo, uma monitoria em todos os ângulos possíveis de sua vida, com ajuda muitas vezes também das parcerias; acompanhamento e monitoramento da sala multifuncional para os alunos com necessidades especiais em seus respectivos horários;
- Livro de ocorrência – monitoramento das ocorrências comportamentais em relatório, sempre buscando a ética nos valores estabelecido no Regimento Interno Escolar, no Programa Liga pela Paz; Patrulha ambiental; Conselho Tutelar; Setor de psicologia e de Psicopedagogia da UFPB;

- Avaliação qualitativa, quantitativa, e simulados – monitoramento das avaliações e conduzindo-os a melhorar com apoio do reforço com a participação de ex-alunos e estagiários nos conhecimentos de português e matemática (Incentivo à Produção de texto (Jornais) e simulados (xadrez); Monitores Mirins de Informática e Agentes Mirins da Sustentabilidade (Palmeiras e horta)
- Acolhimento com maior frequência aos alunos do 1º ano (novatos e de creches) respaldado nos valores da escola e apoio e segurança com (palestras; pesquisas; aula para simulados) aos alunos do 5º ano, preparando-os para uma nova etapa do Fundamental II.
- Temas Transversais e aula de campo – conscientização, interpretar e respeitar o tema cidadania e seus respectivos ângulos e particularidades, um trabalho em conjunto com as parcerias IBAMA; UFPB; UNIPÊ; PSF; ENERGISA; Líder da Comunidade; Agente Saúde; Patrulha Ambiental; SEMOB; Faculdade Ciências Médica; Espaço Cultural; e outros que viesse a enriquecer a aprendizagem.
- Reunião Pedagógica final para avaliarmos o processo educacional como um todo, delineando novos objetivos a serem superados ao ano seguinte.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante a gestão da Escola Estadual de Ensino Fundamental I Fenelon Câmara, percebeu-se que houve uma interação entre escola e comunidade escolar. Nos preceitos concernentes a uma instituição que preza pelos valores de bom relacionamento entre alunos, professores, funcionários, gestores e pais.

Notabilizaram-se a organização e o compromisso de formar cidadãos conscientes dos valores de cidadania, dignos de respeito social, de bom convívio; além de auxiliar formação de profissionais de bom relacionamento e de interesse pelo trabalho na educação e no cumprimento de seus deveres em uma harmonia essencial para a melhoria do convívio laboral.

Todas as ações desenvolvidas tiveram êxito e destaque, assim como foram citados nas etapas deste trabalho. As propostas aceitas pela comunidade escolar tiveram

um empreendimento educacional que gerou um rendimento elevado na formação dos discentes e na constituição do *status* institucional.

A desintegração da referida instituição não derivou do baixo desempenho, pois não houve um déficit de rendimento, ao contrário ocorreram resultados de alto valor no nível pedagógico e administrativo. O desaparecimento foi acarretado pelo desvinculo da modalidade educação infantil da rede estadual, a ser de obrigação estritamente municipal. Devido a esse impasse de cunho político, os trabalhos anteriormente iniciados não puderam ter a oportunidade de continuidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentado firmou-se na exposição de atributos de uma educação pautada na sua capacidade de transmitir valores e formar cidadãos e profissionais capazes de promover uma educação de qualidade, por meio do seu comprometimento. Em meio a esse contexto, conceitua-se, nessa visão, o marketing.

O Marketing que se expressa não se pautou nas teorias mercadologias, mas na promoção de estratégias que promovem uma propagação de uma relação interpessoal harmoniosa capaz de produzir resultados positivos para a ascensão escolar, tanto no seu *status* social, quanto no seu empenho em uma educação formadora de cidadãos, de seres pensantes e de profissionais conscientes de sua missão na instituição, de elevar o desempenho por meio do bom relacionamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, L. R. da S. **Pierre Bourdieu**: a Transformação Social no Contexto de “a Reprodução”. 2005. Disponível em <
<https://www.revistas.ufg.br/interacao/article/viewFile/1291/1343>

ARROYO, Miguel g. **Da Escola Carente à Escola Possível** (Coleção Educação Popular). São Paulo: Editora Loyola, 1987.

FREDERICO, E. O que é Marketing? In: **Antena Web**, Antena Web - Ed. 4, 1º semestre 2008 - p.1-8. Disponível <
<http://www.antennaweb.com.br/edicao4/artigos/pdf/ed4.pdf>

FREIRE, Paulo. **Educação e Mudança**. 12ª Edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979

LIBÂNEO, J. C. Democratização da Escola Pública. In: **Revista Pensar**. 6 jun 2012. Disponível em <<http://pesquisaepeticapedagogicas.blogspot.com.br/2012/06/jose-carlos-libaneo.html>>

REIS, T. **Educação e Cidadania**: a batalha de uma educação comprometida. Rio de Janeiro: Wak Editora, 2011.

VICENTINE, C. & STEIDEL, R. **Por que investir em Marketing Educacional?** As ferramentas do Marketing Auxiliando a escola a definir seu foco no cenário atual. Disponível em <<http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2005/anaisEvento/documentos/com/TCCI123.pdf>>