



DOAR TEMPO PARA AJUDAR AS PESSOAS:

o Colégio Farroupilha e a plataforma Social Funding

PRÊMIO NACIONAL DE
GESTÃO EDUCACIONAL

Segmento: Ensino Básico

Categoria: Responsabilidade Social

 COLÉGIO
Farroupilha



1. PRÁTICA EFICAZ DE GESTÃO EDUCACIONAL

1.1. Histórico da Prática Eficaz

O Colégio Farroupilha é a instituição de educação básica mais antiga do Rio Grande do Sul. Foi fundada há 129 anos pela Associação Beneficente Alemã, uma entidade criada para auxiliar os imigrantes alemães e seus descendentes que estavam chegando ao sul do Brasil. Atualmente, atende 2.427 estudantes, da Educação Infantil ao Ensino Médio, com a missão de educar para formar cidadãos competentes, buscando que o aluno tenha condições de pensar e desenvolver as suas próprias habilidades.

Em 2012, após realizarmos uma pesquisa de mercado e constatarmos que era preciso repensar caminhos e inclusive a essência do Colégio, surgiu o Movimento #daescolapravida. Nos resultados da pesquisa, ficou claro que, para as famílias, educação é muito mais que ensinar a teoria, o fazer de sala de aula. A educação precisa discutir valores. Mais que um ensino de qualidade, as famílias buscam uma qualidade de educação que agregue para a vida – não apenas para provas de vestibular.

No primeiro ano do Movimento, foi produzido um vídeo-manifesto no qual demonstramos que a boa educação forma pessoas inteligentes, bacanas, transformadoras, criativas, interessantes, inovadoras e líderes. Então, convidamos as pessoas a compartilhar a educação em todos os momentos, através da adoção de gestos simples. Ao ressaltar a conexão entre a educação e sua aplicação na vida cotidiana, nossa marca potencializou a viralização de conteúdos nas redes sociais e também reforçou o posicionamento em ações de relacionamento (offline). O projeto gerou ótimos resultados, uma vez que foi um movimento repleto de 'verdades da marca'. A Copa do Mundo de 2014, já era, em 2013, uma das principais preocupações dos brasileiros. Enquanto alguns vibravam com as possibilidades de visibilidade e crescimento que o evento traz, outros se mostravam receosos pela capacidade da cidade em receber acontecimentos deste porte. Porto Alegre precisava resolver diversas questões antes da chegada da Copa – questões que não podiam contar apenas com os esforços governamentais. Diante deste cenário, surgiu o Welcome to Porto Alegre, onde os internautas publicaram ideias em um aplicativo disponível no Facebook do Farroupilha para



melhorar a vida na cidade. Uma comissão julgadora, composta por integrantes da comunidade escolar, órgãos públicos, imprensa e empresariado, elegeu as três melhores ações que foram implementadas pelos alunos.

Com os excelentes resultados obtidos, a intenção do projeto seria expandir o Movimento. Com uma vida cada vez mais corrida, o tempo se tornou algo precioso. Por isso, lançamos, em junho de 2014, a plataforma Social Funding, aproveitando o crescimento das plataformas virtuais de doação de recurso financeiro, mas nesse caso seria apenas tempo. Com o apoio da Winehouse, empresa de comunicação digital, convidamos as pessoas a doarem um pouco do seu tempo para melhorar a cidade e a vida das pessoas. Os internautas podiam ajudar na realização das ações do Movimento #daescolapravida e de outras instituições.

Crowdfunding X Social Funding

O financiamento coletivo (*crowdfunding*) consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa. O termo é muitas vezes usado para descrever especificamente ações na Internet com o objetivo de arrecadar dinheiro para artistas, jornalismo cidadão, pequenos negócios e *start-ups*, campanhas políticas, iniciativas de *software* livre, filantropia e ajuda a regiões atingidas por desastres, entre outros (Wikipedia). É usual que seja estipulada uma meta de arrecadação que deve ser atingida para que o projeto seja viabilizado. Caso os recursos arrecadados sejam inferiores à meta, o projeto não é financiado e o montante arrecadado volta para os doadores. No Brasil, os principais sites de financiamento coletivo são o Catarse, Kickante, Benfeitoria, Juntos.com.vc, Bicharia (causas animais) e Queremos! (promoção de artistas e bandas).

O *crowdfunding* está bem difundido no Brasil, por isso o caráter inovador do projeto do Colégio Farroupilha ao pedir o tempo das pessoas para fazer o bem, ao invés de dinheiro.



1.2. Objetivos da Prática Eficaz

O principal objetivo da plataforma Social Funding era convidar os internautas a doarem parte do seu tempo em ações que transformam a vida de pessoas e/ou que melhoram a vida na cidade. Além das ações do Movimento #daescolapravida, qualquer instituição podia cadastrar os seus projetos na plataforma, como ONGs, escolas públicas, associações, projetos sociais, etc.

Entre os objetivos específicos, destacamos:

- Envolver, no mínimo, 15 alunos do Grupo de Voluntariado nas ações da plataforma;
- Envolver, ao menos, cinco instituições externas no cadastramento de ações;
- Alcançar o número de 80 pessoas cadastradas na plataforma;
- Aumentar em 10% o número de seguidores em nossas redes sociais.

O nosso maior desafio era fazer com que as pessoas entendessem o objetivo da plataforma, bem diferentes das utilizadas atualmente, que pedem dinheiro para ajudar em alguma causa. Além disso, sabíamos que cada um possui uma rotina, e que o tempo é algo escasso e precioso. A questão era: como chamar esse público? Seria possível mobilizar pessoas externas nas ações? Sabíamos, contudo, que apesar dos desafios, as soluções estavam ao alcance de todos. A plataforma seria capaz de reforçar a importância da cidadania e do engajamento de cada um na resolução de problemas que envolvem o nosso cotidiano.

1.3. Público-Alvo Atingido

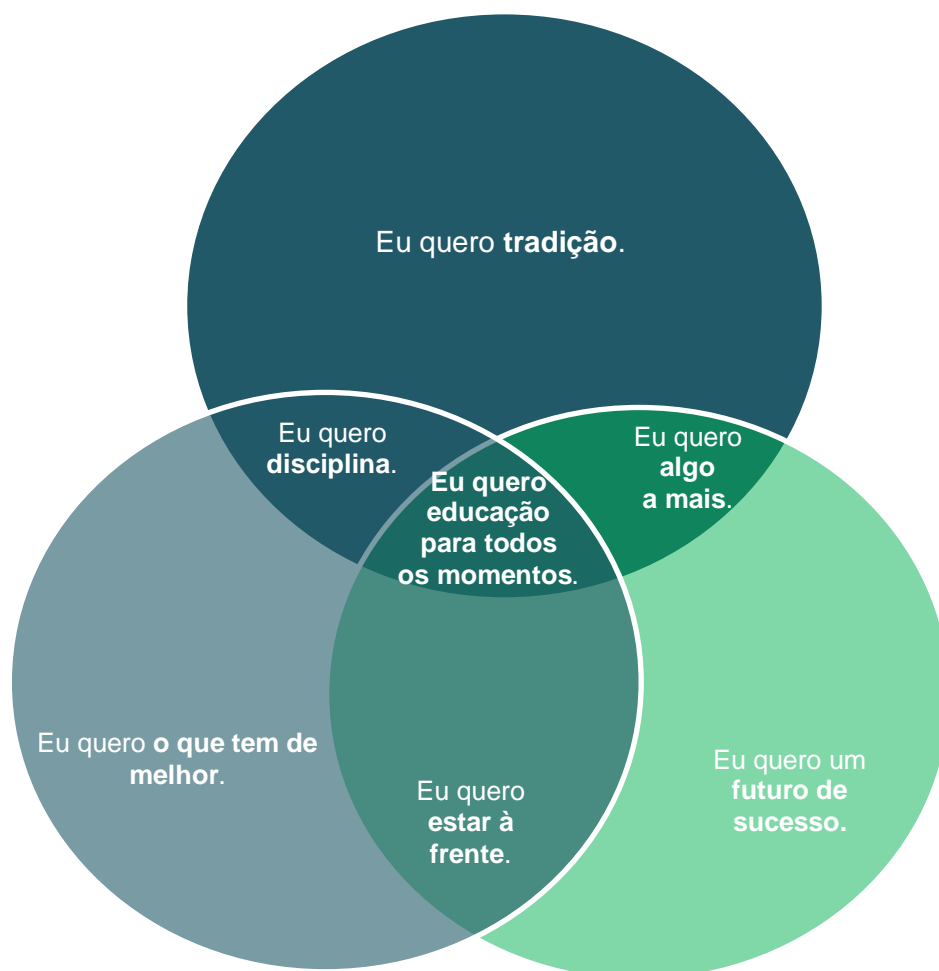
Para pensar em mais um projeto do Movimento #daescolapravida, seguimos a premissa que precisávamos envolver as famílias e os estudantes, principais públicos. Além disso, sabemos que para um projeto ter sucesso é preciso gerar o sentimento de pertença em quem trabalha na instituição. Afinal, são os colaboradores e professores que, dia a dia, comunicam nosso posicionamento, reforçam os nossos valores e validam, ou não, o discurso levado para as ruas. Envolvê-los é fundamental. A campanha precisa ocorrer de dentro para



fora para que tenha legitimidade. Com um trabalho voltado ao próximo, os nossos alunos do Voluntariado também foram um dos públicos principais da plataforma Social Funding.

- 1747 famílias
- 2322 alunos
- 152 professores
- 225 colaboradores
- Instituições e ONG's
- Projetos independentes
- Outras escolas
- Comunidade em geral

As causas comportamentais são as bandeiras levantadas pelos segmentos de interesse da marca. São motivações que geram o movimento e agrupamento das pessoas para algo maior. Afinal, esses relevantes anseios são fundamentais para pensarmos de maneira eficaz os atributos a serem trabalhados e as estratégias. O esquema abaixo resume estas causas comportamentais, a partir da pesquisa realizada em 2011:



Eu quero tradição | A valorização de marcas e empresas que tenham uma história sólida é uma das características dos nossos públicos. Mais do que anos na vida dos estudantes, as famílias esperam que o Colégio deixe um legado para sempre.

Eu quero o que tem de melhor | Todos têm acesso a tecnologias, conteúdos, marcas e tendências do mundo todo. O nível de exigência é acima da média. A pesquisa realizada em 2011 concluiu que é preciso superação constante.



Eu quero um futuro de sucesso | O sucesso faz parte da história dessas famílias e precisa ocorrer na escola também. Para que o público esteja satisfeito, o Colégio Farroupilha precisa estar e se mostrar preparado para acompanhar as novidades do mercado (inclusive em termos de comunicação).

Eu quero disciplina | Ordem e senso de responsabilidade coletiva são valorizados.

Eu quero algo a mais | As famílias e estudantes gostam de ser surpreendidos. Um posicionamento exclusivo chama atenção positivamente.

Eu quero estar à frente | Nosso nicho busca a liderança. O senso de guiar os outros faz parte do seu instinto.

Eu quero educação para todos os momentos | A conclusão geral é de que nossos públicos questionam muito o papel da educação. Concluem que a educação tem que impactar em todos os momentos da vida dos estudantes. Afinal, buscam que agregue enquanto cidadãos, para a vida toda, independente de estar, ou não, na Escola.

1.4. Descrição das Atividades Implantadas

ESTRATÉGIA 1 | Vídeo-explicativo da plataforma

Desenvolvemos, em parceria com a Winehouse Comunicação Digital, um vídeo-explicativo da plataforma para dar largada ao projeto, buscando disseminação e alcance significativo. Nosso foco era dar visibilidade à iniciativa e envolver os alunos e demais ONG's e projetos sociais de Porto Alegre.

ESTRATÉGIA 2 | Desenvolvimento da plataforma

Ao entrar na plataforma Social Funding (www.colegiofarroupilha.com.br/socialfunding), o usuário podia participar de duas formas: se cadastrando para doar o seu tempo em ações do Movimento #daescolapravida ou de outras instituições; ou cadastrando o seu projeto via plataforma. No cadastro para doar o tempo, o usuário podia se conectar via Facebook, e informava os seus principais dados (e-mail e telefone), os dias e os turnos disponíveis. Além disso, o website conta a história do Movimento #daescolapravida e traz ações já realizadas.



ESTRATÉGIA 3 | Apresentação para o Grupo de Voluntariado

Convidamos a Winehouse Comunicação Digital para apresentar o projeto e a plataforma aos alunos do Grupo de Voluntariado do Colégio. Entendemos que era importante a parceria destes estudantes, pois muitas campanhas realizadas no Farroupilha são desenvolvidas por eles e são bem aceitas pela comunidade escolar. Na apresentação, os alunos definiram as principais ações que entrariam na plataforma neste primeiro momento:

- Campanha do Desapego: estimular a doação de roupas e sapatos;
- Costura Amiga: chamar costureiras para realizar pequenos consertos nas roupas doadas;
- Força na Peruca: chamar crianças, jovens e adultos para doarem mechas de cabelos para a confecção de perucas para pacientes com câncer.
- Tesouras do Bem: chamar cabeleireiros para cortar as mechas na ação “Força na Peruca”;
- Fada Madrinha: conseguir pessoas para auxiliar na festa de debutantes de meninas da Restinga;
- Padrinho Pé de Pilão: encontrar pessoas dispostas a passar uma tarde por semana com crianças da Creche Pé de Pilão, localizada na Vila Farrapos.

ESTRATÉGIA 4 | Cadastro das ações + Implementação

No dia 05 de junho de 2014, lançamos oficialmente a plataforma Social Funding para a comunidade interna e externa. A partir deste dia, ações do Colégio e de outras instituições puderam ser cadastradas.



Campanha do Desapego

O Grupo de Voluntariado convidou a comunidade a doar agasalhos e demais peças de roupas e calçados não mais utilizados. Os estudantes estipularam a data 08 de junho, um domingo, para que as pessoas dedicassem o seu tempo para separar as roupas para doação. Além de roupas e calçados, o Grupo recebeu alimentos não perecíveis.



Costura Amiga

Depois de contabilizadas as doações de roupas, sapatos e alimentos, o Grupo de Voluntariado realizou a ação “Costura Amiga”. Costureiras se cadastraram na plataforma para doar um pouco do seu tempo no conserto de pequenos reparos das peças.



Tesouras do Bem

O Grupo de Voluntariado convidou salões de beleza ou cabeleireiros a doarem parte do seu tempo para ajudar na ação “Força na Peruca”. Em uma tarde, os profissionais cortaram mechas de cabelo de dezenas de crianças, jovens e adultas. A ação reuniu profissionais das estéticas Mirage Zona Sul, Sevilha e RhedCo.



Show de Talentos no Asilo

Depois de participarem de um *workshop* com o coletivo Smile Flame, os alunos dos 7º e 8º anos dos Anos Finais definiram que gostariam de levar felicidade para os idosos. Em uma tarde do mês de junho, um grupo de estudantes e ex-alunos se dirigiram até a Sociedade de Auxílio aos Necessitados de Porto-alegrense (SPAAN) para um momento diferente. Os idosos se vestiram de jovens, e os alunos, de “velhinhos”. Eles dançaram e confraternizaram.



Fada Madrinha

O Grêmio Estudantil Farroupilha convidou a comunidade a doar tempo para realizar o sonho de 18 debutantes de uma escola da Restinga. As pessoas se cadastravam para se tornarem padrinho ou madrinha



de uma das meninas, e podiam, também, doar vestidos e acessórios para a festa de 15 anos delas.



Força na Peruca

Mais de 50 pessoas participaram da ação, que aconteceu em uma sala do Colégio Farroupilha, no mês de novembro. Além de alunas de todos os níveis de ensino, a iniciativa reuniu famílias e pessoas da comunidade externa. Todas as mechas foram doadas para a ONG Cabelação, que produz perucas para pacientes com câncer.



Padrinho Pé de Pilão

O Grupo de Voluntariado do Colégio Farroupilha apadrinhou as crianças da Escola de Educação Infantil Pé de Pilão, da Vila Farrapos. No dia 10 de outubro, para comemorar o Dia das Crianças, os alunos e os padrinhos passaram uma tarde especial com as crianças.

PROJETOS EXTERNOS VIABILIZADOS VIA SOCIAL FUNDING:



VI Arrecadação Open Bar Canino

O Open Bar Canino é um projeto que atua em Porto Alegre e Região Metropolitana promovendo arrecadações e eventos em prol de ONGs e Protetoras. Em dois anos de atuação, já foram realizadas cinco arrecadações, ajudando mais de 100 animais e 12 ONGs com a arrecadação de mais de 6000 kg de ração para cães e gatos.



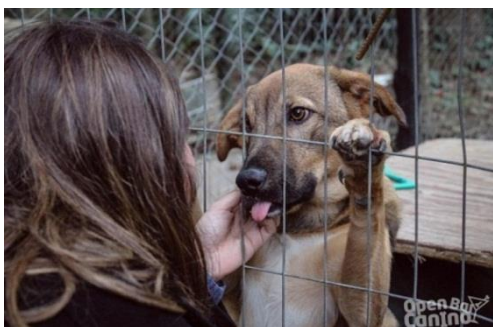
Oficina Palhaçística

O Projeto Viver de Rir é um trabalho voluntário baseado na filosofia do Dr. Hunter “Patch” Adams e algumas ideias dos Doutores da Alegria. O objetivo é levar amor, carinho e alegria a pessoas fragilizadas, em hospitais, asilos, creches e outros, utilizando a figura do palhaço. A ação chamou voluntários em doar o seu tempo para conhecer o projeto e receber dicas de como se tornar um verdadeiro palhaço para alegrar as crianças.



Pedágio Solidário

Para comemorar os seus 14 anos, a AACD Porto Alegre realizou o Pedágio Solidário, com o objetivo de captar doações e chamar atenção para a causa. Os participantes que doaram o seu tempo captaram doações voluntárias nos cofrinhos nas sinaleiras da região.



Open Bar Canino

O Open Bar Canino é um projeto que atua em Porto Alegre e Região Metropolitana promovendo arrecadações e eventos em prol de ONGs e Protetoras de animais. A ação visou promover a adoção destes animais através de fotos e um vídeo. Pessoas foram convidadas a doarem o seu tempo para fotografar, arrumar e orientar os animais para as fotos e anotar os dados de cada um para posterior anúncio em canais de comunicação.

Abraço Solidário



O Educandário São João Batista é uma instituição filantrópica criada com o intuito de atender crianças com poliomielite. Hoje, a entidade atende mais de 150 crianças e adolescentes com deficiências físicas múltiplas. Em setembro, para comemorar os 75 anos de sua fundação, o Educandário chamou voluntários para um abraço solidário.



Tarde Beauty Pet

O Patas Dadas é um projeto que reúne voluntários que protegem, vacinam, castram e encaminham para adoção cães e gatos abandonados. Voluntários foram chamados para doar o seu tempo e passear com os animais cuidados pela instituição.



Oficina de Matemática e Recreacionista

O WimBelemDon é um projeto que usa a prática do tênis como facilitador do desenvolvimento de habilidades e atitudes sociais com crianças em ambientes de risco. Proporcionar que elas participem ativamente da sociedade através do esporte e de aulas complementares, no turno inverso, é possível integrá-las a um mundo diferente ao qual estão inseridas e transformá-las em jovens cidadãos. A ação procurou voluntários com tempo para ensinar matemática aos atendidos e promover atividades de recreação.



Hortinha com Amor

A Associação Comunitária Beneficente Tia Lolô iniciou seu trabalho em 1997, e se tornou um lugar onde as crianças carentes da região encontram carinho, ajuda escolar, janta e roupinhas para se aquecer. Está



localizada na Rua Pedro Moreira Lobato, 490 – Vila Orieta, em Viamão. A instituição recrutou voluntários com tempo e que entendessem de plantação para criar uma hortinha para as crianças.

2. LIDERANÇA

2.1. Equipe Envolvida com a Prática

O Movimento #daescolapravida é realizado com os alunos de todos os níveis de ensino – Educação Infantil ao Ensino Médio – das duas unidades do Colégio Farroupilha: Três Figueiras e Correia Lima. A cada ano, novos professores e colaboradores abraçam a causa. Além deles, o projeto tem a participação de:

- Direção Pedagógica: Marícia Ferri
- Direção Administrativa: Milton Fattore
- Setor de Comunicação e Marketing: Tiago Schmiz (coordenador) e equipe composta por jornalistas, relações públicas e designer
- Coordenadores de ensino: Cleusa Beckerl (Educação Infantil), Letícia Nunes (Ensino Fundamental – Anos Iniciais), Rafaella Messina (Ensino Fundamental – Anos Finais) e Rubem Corso (Ensino Médio)
- Coletivos urbanos Shoot the Shit, Smile Flame, Curativos Urbanos, Projeto Vizinhança, Rastro Urbano de Amor (RUA)
- Empresas parceiras: Winehouse Conteúdo e Relacionamento Digital (consultoria de mídias sociais) e Haluz (vídeo).



2.2. Participação da Alta Direção

A direção do Colégio Farroupilha, desde o início do Movimento #daescolapravida, acreditou no poder transformador do projeto e vem viabilizando, sempre que possível, as ações desenvolvidas pelos alunos. O envolvimento ocorre em diferentes etapas, desde a avaliação dos coletivos urbanos que participam do Movimento até a implementação das ideias.

3. FOCO

3.1. Professores e colaboradores

Conheceram o projeto durante uma das Reuniões de Professores; publicações na intranet e no site do Colégio; alinhamento do andamento nas reuniões semanais de professores, envio de e-mail marketing com as novidades.

3.2. Alunos do Grupo de Voluntariado

Foram os primeiros a conhecer o projeto, durante um dos encontros do Grupo e pensaram nas primeiras ações da plataforma.

3.2. Alunos

São o corpo do projeto, estão envolvidos em todas as etapas. Além das comunicações orais em sala de aula, contato digital via criação de um grupo no Facebook e espaços de colaboração e engajamento diretamente relacionados aos objetivos do projeto.

3.3. Famílias

Comunicação nos canais oficiais do Colégio (principalmente nas redes sociais e site); envio sistemático de e-mail marketing para acompanhamento do projeto; matérias na Revista Farroupilha e comunicação oral em reuniões realizadas no Colégio.



3.4. Comunidade/Sociedade

Comunicação via redes sociais e site do Colégio, além de mídia espontânea nos principais veículos de comunicação do Estado.

3.5. Imprensa e formadores de opinião

Envio de release; reuniões presenciais e contatos telefônicos.

4. RESULTADOS

4.1. Formas de Avaliação

Todo o acompanhamento e monitoramento da plataforma Social Funding foi feito através do Setor de Comunicação de Marketing. Um dos indicadores é o relatório do Sistema de Informação de Marketing (SIM), onde é identificado, mensalmente, o impacto das atividades realizadas, como o crescimento de seguidores, fãs e seguidores em nossas redes sociais, os posts mais visualizados (Facebook), os *tweets* que mais geraram comentários (Twitter) e a análise das escolas concorrentes.

O monitoramento diário conta com um profissional responsável pela comunicação digital do Colégio. Todo o trabalho de assessoria de imprensa foi feito por uma jornalista também do Setor. Além disso, o Colégio conta com uma consultoria de uma agência de comunicação digital (Winehouse), que fornece relatórios sobre o projeto, apontando fatores positivos e sugestões para aprimorar a interação.

Sistema de Informação de Marketing

É um conjunto de informações que o Núcleo de Marketing Analítico do setor de Comunicação e Marketing do Colégio Farroupilha organiza, com o objetivo de coletar, organizar, armazenar e processar dados, em relação a diversas dimensões da nossa instituição e do mercado educacional (quando houver). Com isso, podemos compartilhar avanços e identificar aspectos que possam ser melhorados e potencializados. Como resultado final, os



processos de decisões dentro do Colégio são facilitados, uma vez que temos mapeados, sistematicamente, importantes indicadores. Em todas as edições do estudo (mensais) um módulo é destinado aos resultados nas dimensões de comunicação e marketing, onde são coletados e analisados dados prioritariamente das redes sociais.

4.2. Orçamento

Os investimentos em toda a plataforma Social Funding envolveram a quantia de R\$ 150.000,00 distribuídas da seguinte forma:

- Criação da plataforma: R\$ 50.000,00
- Vídeo das ações: R\$ 35.000,00
- Agência de Marketing Digital: R\$ 30.000,00
- Investimento nas ações: R\$ 35.000,00

4.3. Indicadores Qualitativos

Entendemos que, com os resultados alcançados a partir dos objetivos traçados no projeto da plataforma Social Funding, conseguimos ampliar consideravelmente o posicionamento da marca Farroupilha com aumento significativo dos seguidores nas redes sociais, impacto na imprensa, no número de alunos e na sociedade.

Por ser uma plataforma inovadora – diferente das que existem, que geralmente pedem dinheiro para financiar algum projeto ao invés do tempo das pessoas – entendemos que os resultados vêm se tornando tangíveis ao longo dos anos com diferentes dados que nos demonstram que estamos no caminho certo.

- Matéria no portal do Movimento Conviva;
- Matéria no Portal Terra;
- Repercussão no site Porvir;
- Repercussão no site TeenSpirit.me



- Mais de 130 compartilhamentos no Facebook do vídeo sobre a plataforma.

Social Funding – Colégio Farroupilha

Acompanho o Movimento #daescolapravida há um tempo, mas foi em 2014 que a plataforma **Social Funding** saiu da escola e ganhou a internet com o objetivo de reunir pessoas dispostas a doar o seu tempo! :D Viu que lindo que é? É uma plataforma muito bacana, cheia de projetos que precisam de tempo para saírem do papel, se tu tem habilidade + tempo disponível, coloca lá quanto e pá, é só aparecer pra realizar a ação na data programada. Muita coisa já foi feita, cola lá pra doar um tempinho! <3



Fechou, acabou, zerou 2014. Feitória! Agora é aproveitar 2015 e torcer pra que ele seja cheio de amor, alegrias e realizações, lembrando que não depende do ano ser bom, mas da gente fazer dele **um ano maravilhoso!** ;)

HOME CONVIVA CICLOFAIXA CICLOSAMPA BIKE TOUR SP BLOG DICAS DE SEGURANÇA CONTATO

COLÉGIO FARROUPILHA LANÇA SOCIAL FUNDING

MOVIMENTO CONVIVA

O que você tem feito com o seu tempo?

O Colégio Farroupilha, de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, já foi destaque no Movimento Conviva, com o movimento #daescolapravida.



Alunos do Colégio Farroupilha colaboram com ações sociais em Porto Alegre. Foto: divulgação

Dessa vez o colégio, que estimula os alunos a encontrarem e proporem soluções para os problemas da cidade, é responsável por mais uma ação de cidadania e convivência que busca o melhor para a sociedade, com a participação coletiva de seus integrantes.



GARIMPO

0 COMENTÁRIOS // 0 TWEETS // 0 LIKES

Escola cria plataforma de crowdfunding para “doar tempo”

07/07/14 // ESCOLA // ON-LINE // ORGANIZAÇÃO SOCIAL

Para organizar as pessoas que buscam trabalhos voluntários, o colégio Farroupilha, em Porto Alegre, lançou o Social Funding, uma plataforma colaborativa de doação de tempo. A ideia foi inspirada no modelo



Escola cria plataforma de crowdfunding para "doar tempo"

Instituição gaúcha da rede privada cria projeto para organizar trabalho voluntário

11 JUL 2014 12h59

f t+ p 0 COMENTÁRIOS

Adolescentes de 12 e 13 anos vestidos de idosos. Idosos vestidos como adolescentes. Este era o cenário da Sociedade Porto Alegrense de Auxílio aos Necessitados (Spaan) durante o "Show de Talentos no Asilo", realizado na festa junina da instituição. O evento foi organizado em parceria do Colégio Farroupilha e o coletivo Smile Flame. A festa reuniu 40 moradores da instituição e contou com a participação de mais de 60 voluntários. O encontro só foi possível por meio do projeto Social Funding, desenvolvido pela escola particular.

SAIBA MAIS

[Comissão Europeia planeja promover setor de crowdfunding](#)

[Site britânico de crowdfunding quer se transformar em um banco](#)

[Grã-Bretanha estabelece regras para setor de crowdfunding](#)

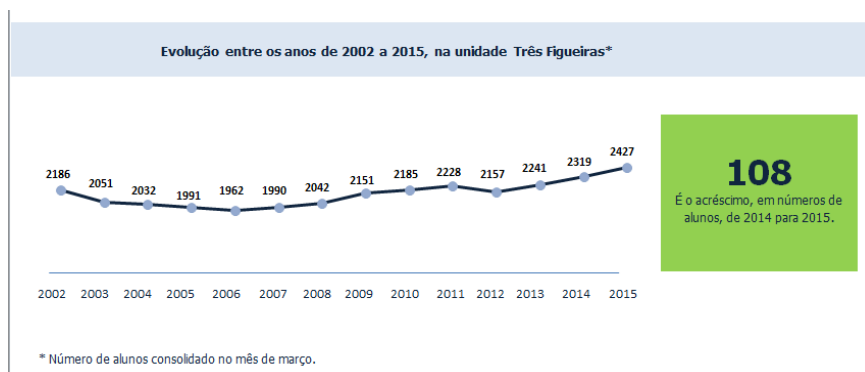


Lançado no começo de junho, o Social Funding se define como uma plataforma colaborativa de doação de tempo. Foto: Divulgação



4.4. Indicadores de captação de alunos

Na Unidade Três Figueiras, em 2015, o Colégio teve o seu maior crescimento dos últimos 11 anos, conforme imagem abaixo:



4.5. Indicadores de redes sociais

A partir da plataforma Social Funding, tivemos os seguintes resultados em nossos canais de comunicação:

- 13.005 curtidas no Facebook;
- 851 seguidores no Twitter;
- 1.530 seguidores no Instagram;
- 15.480 visualizações no vídeo da plataforma no canal #daescolapravida no YouTube;
- O post sobre a plataforma teve 1.379 interações, 1.204 curtidas, 37 comentários e 138 compartilhamentos;
- Mais de cem pessoas cadastradas na plataforma dispostas a doar um pouco do seu tempo.

Além dos números citados, tivemos uma série de comentários aprovando a plataforma Social Funding:



Janae S P Muller Muito legal!
12 de junho às 10:03 · Descurtir · 1

Virginia Moresco Fico feliz que o colégio está trazendo as realidades para vida dos alunos. Nós pais, tbm devemos mostrar a vida real para eles.
12 de junho às 10:20 · Descurtir · 2

Tereza Freitas Muito show
12 de junho às 23:10 · Descurtir · 1

Maria Cloe Soares Leao Parabéns para o Colégio e seus alunos pela iniciativa
13 de junho às 17:05 · Descurtir · 1

Maria Elena Gascue de Alencastro Palmas para o Colégio Farroupilha!
13 de junho às 17:05 · Descurtir · 1

Catita Severo Que lindo.Parabens Escola e alunos.
13 de junho às 19:54 · Descurtir · 1

Robson Luiz Bacchin Ilha Ótima ideia! Parabéns.
14 de junho às 11:41 · Descurtir · 1

Silvia Silva Excelente iniciativa!!!
Ver tradução
14 de junho às 14:43 · Descurtir · 1

Nira Fraga Adoraria participar pena que estou longe....
14 de junho às 15:38 · Descurtir · 1

Gislaine Machado Linda iniciativa desta escola. Isto é a lição mais prática de cidadania e amor ao próximo que se pode dar.
15 de junho às 12:39 · Descurtir · 2

Ines Terribile Parabéns ,Porto Alegre precisa disso !
24 de junho às 10:13 · Curtir

Maria Cristalina Viécili sou artesã e sempre quis fazer algo que me realizasse como cidadã mas como faço
24 de junho às 23:01 · Curtir · 1

Maria Angela Hillebrand Que belo exemplo do Colégio Farroupilha! As escolas de São Sebastião do Cai poderiam iniciar um movimento semelhante. Conscientizar os usuários dos locais públicos quanto à preservação dos mesmos, em benefício de todos.
26 de junho às 03:41 · Curtir · 1

Adiles Medeiros gostaria de saber como participar.
26 de junho às 21:24 · Curtir

Marlene Schirmer Excelente projeto social !!!
28 de junho às 18:59 · Curtir

Suzana Volkweis excelente trabalho
29 de junho às 14:15 · Curtir

Luisa Fedrizzi parabéns, gente.
2 de junho às 10:14 · Descurtir · 2

Marcia Costa parabénslegal uma escola ter esta preocupação!
2 de junho às 21:02 · Descurtir · 1

Colegial No Foco Lindo!!!
3 de junho às 12:38 · Curtir

Maria Eloisa Rossi Steffens Educação é isso!!!!!!!!!!!!!!
3 de junho às 19:06 · Curtir

4.6. Indicadores do vídeo-case da plataforma

Em fevereiro de 2015, lançamos o vídeo-case com o resultado das ações da plataforma Social Funding em nossos canais digitais. O vídeo teve 643 interações, 592 curtidas, 17 comentários e 34 compartilhamentos. No YouTube, ele teve 859 visualizações.

5. LIÇÕES APRENDIDAS

Acreditamos que a plataforma Social Funding conseguiu transmitir a mensagem adequada às causas comportamentais dos públicos, atingindo legitimidade, e que, mais do que um projeto de comunicação, essa iniciativa começou um movimento repleto de verdades da marca que pede continuidade com diversos desdobramentos.

Com a complexidade do mundo atual, diante de tantos cenários e realidades impostas, parecemos ter esquecido valores importantes para a convivência como a cidadania e o respeito ao próximo. Estamos preocupados com nossas vidas, nossa profissão, nossos bens de consumo, nossa rotina estressante e esquecemos, até mesmo, de cumprimentar os vizinhos. Acreditamos que a educação vai além do conhecimento técnico, mas não estamos com isso



nos isentando do compromisso que assumimos com a excelência educativa para obtenção de melhores resultados acadêmicos. As duas dimensões podem (e acreditamos que devem) caminhar juntas. Nosso movimento inspira outras possibilidades e novos comportamentos.

Entendemos que a educação precisa ser mais interessante, aberta e estimulante, e que iniciativas como essas geram valor para a instituição, na medida em que evidencia nossa preocupação com a melhoria do local onde vivemos, e para sociedade, quando formamos cidadãos cientes de que, com um pouco de esforço e boa vontade, podemos transformar nossa realidade. Os dados qualitativos e quantitativos apresentaram corroboram para a percepção do impacto das ações. Pretendemos formar futuros adultos realizados, inspiradores e que sejam líderes. É assim que sempre fizemos a diferença na educação de tantos alunos que passaram e que ainda passarão pelo Colégio Farroupilha.

6. AÇÕES DE CONTINUIDADE

A cada ano que passa, o Colégio Farroupilha reforça a importância do Movimento #daescolapravida, em função dos resultados alcançados. Em 2015, como continuidade desta iniciativa, lançamos dois novos projetos: o Clube #daescolapravida e o Guia #daescolapravida.

CLUBE #DAESCOLAPRAVIDA

Lançado no mês de março durante uma palestra com estudantes do Ensino Médio, a iniciativa oferece diferentes programas de formação complementar através de workshops que são importantes para o futuro pessoal e profissional dos estudantes do Ensino Médio e que não são contemplados no currículo formal. O Clube conta com a parceria da Escola de Criatividade Perestroika.

GUIA #DAESCOLAPRAVIDA

O Guia #daescolapravida consiste em um guia com ações realizadas por professores do Colégio que mostram que o que se aprende na escola é aplicado na vida. A ideia é mostrar para a sociedade que a educação para a cidadania é capaz de transformar estudantes em líderes comprometidos com um mundo melhor.