

GAN/DF

## Qualidade e evolução profissional

Com o início das atividades em 8 de novembro, o Grupo de Atendimento e Negócios do DF (GAN/DF) foi criado com a proposta de ser uma instituição de natureza civil, de direito privado, sem fins lucrativos e de duração ilimitada. Denominado Grupo de Atendimento de Brasília, congrega profissionais de atendimento que se enquadram nos dispositivos que regulam a atividade publicitária, sendo clientes, produtores, fornecedores, veículos e agências off e on-line, cujo endereço é [www.gandf.com.br](http://www.gandf.com.br).

“O GAN/DF nasce para promover a evolução técnica do publicitário no DF, com a valorização dos profissionais da área, mediante cursos de desenvolvimento profissional”, explica Rianni Bertoldo, diretor da empresa. Ele explica que são disponibilizadas aos profissionais capacitação técnica, palestras, publicações e projetos especiais, além de formação de lideranças no setor para atuação na direção de empresas, como agências de publicidade, agências digitais, agências de promoção, clientes, produtoras e/ou veículos de comunicação.

Segundo Rianni, é por meio desses cursos e das ações de lideranças que a empresa avaliará o cenário de mercado, no intuito de encontrar alternativas para a



**O nosso propósito é promover a educação continuada de profissionais da área de atendimento e de negócios. A nossa bandeira é capacitar e preparar os profissionais da área para as constantes mudanças e evoluções que acontecem no mercado”**

**Rianni Bertoldo,**  
diretor da GAN/DF

solução de problemas comuns aos profissionais de propaganda, intercâmbio nacional e internacional, experiências e conhecimento, incentivando a ampliação e o refinamento de recursos técnicos em agências de publicidade, clientes anunciantes, veículos de comunicação, representantes, associações, institutos e outros.

Arquivo Pessoal



Colaboradores do Grupo de Atendimento e Negócios do DF: engajados nos dispositivos que regulam o mercado publicitário

### Empoderamento

“Profissionais da área de atendimento e negócios e estudantes de comunicação poderão se associar ao GAN e ter acesso a cursos, eventos, novas tendências e projetos especiais que serão oferecidos pelo grupo”, explica Rianni. Segundo o diretor,

em fevereiro, a empresa planeja reuniões com parceiros, apoiadores e patrocinadores do grupo, evento de lançamento, e construção do site. Além disso, ele detalha que o GAN é composto por profissionais do mercado publicitário de Brasília, todos da área de atendimento e negócios, que trabalham voluntariamente.

O foco da empresa é o atendimento pautado nos pilares da estratégia e do negócio. “O sucesso profissional vem do empoderamento, da capacitação, da troca com outros profissionais, do conhecimento técnico das várias áreas e do reconhecimento de sua importância no negócio dos clientes

e agências”, enfatiza Rianni. “O nosso propósito é promover a educação continuada de profissionais da área de atendimento e de negócios. A nossa bandeira é capacitar e preparar os profissionais da área para as constantes mudanças e evoluções que acontecem no mercado”, ressalta.

### VIDA ESCOLAR

Nicolas Braga/Esp. CB/D.A Press - 14/10/19



### INVESTIMENTO NA EDUCAÇÃO

Com o objetivo de valorizar a educação, o *Correio* prepara reportagens sobre o assunto para serem veiculadas nas plataformas on-line e impressa a fim de compor o projeto especial Vida escolar. De acordo com estudo de análise da cobertura de educação no país produzidas pela Andi e pela Unesco, o jornal é retratado como o que mais abordou a temática entre 2016 e 2017.

O *Correio* acredita ser fundamental debater questões da educação, como a relação entre professores e alunos, os desafios para o futuro, as oportunidades e a participação dos pais no processo de aprendizagem. Pensando nisso, será publicado, em janeiro de 2020, um suplemento especial que tratará das expectativas

para o ensino, além de programas acadêmicos, metodologias de aprendizagens ativas, novas tecnologias de educação, entre outros temas.

De 12 de janeiro a 11 de fevereiro, o site Eu, estudante terá um espaço personalizado para o projeto. Dessa forma, o conteúdo do impresso será adaptado para o digital, além de oferecer ao leitor gráficos, enquetes, fotos e vídeos que visam enriquecer, ainda mais, o material apresentado.

O projeto está em comercialização. Caso haja interesse, as empresas interessadas em participar podem entrar em contato com o Departamento Comercial pelo telefone (61) 3214-1339 ou pelo e-mail [comercial.df@dabr.com.br](mailto:comercial.df@dabr.com.br).



MARCOS ANDRÉ SCUSSEL

## VALORES E APRENDIZADO COMO MISSÃO

O Colégio Marista João Paulo II integra o Instituto Marista, fundado por São Marcelino Champagnat, e hoje está presente em 82 países, com 202 anos de atuação mundial. No Brasil, o Instituto Marista está dividido em três unidades administrativas, com sedes em 23 estados e no Distrito Federal, atendendo mais de 80 mil estudantes na educação básica. “Fazemos parte da Rede Marista do Rio Grande do Sul. Levamos adiante o compromisso de evangelizar por meio de 18 colégios, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e do Hospital São Lucas. Somos também oito Escolas Sociais Gratuitas, nove Centros Sociais, o Instituto do Cérebro do Rio Grande do Sul (Ins-Cer) e presença missionária e pastoral em diversos municípios”, orgulha-se o diretor-geral da instituição, Marcos André Scussel.

Em Brasília, o colégio fica na Asa Norte, em área com mais de 15 mil metros quadrados. “Com reconhecida trajetória na educação, construída desde 1997, e atualizada permanentemente, a escola oferece infraestrutura completa e adequada a cada nível de ensino”, conta Marcos. Atualmente, o Marista João Paulo II conta com uma equipe de cerca de 300 educadores, instruídos a atuar na missão de construir conhecimento e formar cidadãos com valores humanos. “São marcas do jeito marista de educar para a vida”, complementa.

Um dos objetivos da escola é a formação de estudantes capazes de terem e fazerem uma ampla leitura de mundo, sendo convidados, constantemente, a entenderem o contexto social em que estão inseridos, por meio de projetos, de proposição de soluções para situações-problema, desde a educação infantil até o ensino médio. Segundo Marcos André, a escola atua no projeto Voluntariado, oferecendo aulas a jovens de comunidades menos favorecidas da cidade.

Colegio Marista João Paulo II/ Divulgação



### O que desejava conquistar quando escolheu empreender?

A educação marista surgiu como resultado de um projeto de inovação e empreendedorismo há 200 anos. O fundador foi empreendedor àquela época com o objetivo de atender às necessidades de comunidades desfavorecidas quanto ao acesso à educação. Em Brasília, o Colégio Marista João Paulo II foi fundado, há 22 anos, inspirado no Papa João Paulo II — o papa da juventude —, com a missão de educar crianças e jovens, promovendo formação humano-cristã, com excelência acadêmica, segundo o carisma marista e sendo referência em educação integral, com inovação e sustentabilidade.

### Que desafios enfrenta nos negócios?

Crescer com sustentabilidade, ampliando a nossa atuação e em sintonia com a missão da Instituição Marista.

### A qual tarefa dedica a maior parte do tempo na gestão?

Sendo presença junto aos diferentes públicos da comunidade educativa, promovendo momentos de escuta e impulsionando reflexões e ações que transformam e inovam o fazer educativo.

### Como mantém o grupo motivado?

Criando ambientes de trabalho colaborativos, nos quais os educadores se sentem parte da missão, com autonomia, corresponsabilidade e sendo protagonistas da sua atuação.

### Como se prepara para evitar erros na operação?

Sempre atentos às demandas da comunidade educativa, buscamos envolver, além dos gestores e demais educadores, os conselhos de pais e de estudantes para construirmos, juntos, processos conectados com as demandas da atualidade. Promovemos, também, formações continuadas com o objetivo de capacitar os educadores, por meio de cursos presenciais e a distância, utilizando metodologias e ferramentas inovadoras nas diferentes áreas de atuação.

## notas...

### Cresce a confiança do comércio

Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Ice) chegou a 122,5 pontos em novembro. O número expressa o maior resultado desde abril deste ano, quando chegou a 125,5 pontos. O total indicou alta de 0,5% em relação ao de outubro, além de ter sido o terceiro crescimento mensal subsequente do índice. Se comparado com novembro do ano passado, o crescimento foi de 11,6%.

### Mais lançamentos de imóveis

O levantamento da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (Cbic) mostra que os lançamentos de imóveis residenciais aumentaram 23,9% no terceiro trimestre, se comparado a novembro do ano passado, chegando a 33.199 unidades. O avanço foi menor em relação ao segundo trimestre. Mesmo assim, as vendas apresentaram alta de 15,4% na comparação anual, totalizando 32.575 unidades. No total de 12 meses, a quantidade de unidades inauguradas subiu para 122.757, e o de unidades vendidas, 129.139, significando um estoque de 124.644 unidades e evidenciando melhora do setor.

Breno Fortes/CB/D.A Press - 23/2/18



### Vendas em alta no Natal

Pesquisa do Instituto Fecomércio/DF apontou que 64% dos empresários do comércio acreditam que, em dezembro deste ano, haverá maiores vendas em comparação a 2018. Outros 25% dizem esperar vendas iguais, e 11% afirmam que as vendas serão menores. O estudo mostra ainda que há previsão de aumento de 12% em relação a 2018. Segundo a pesquisa, a maioria dos brasilienses deseja comprar presentes em comemoração à data. A pesquisa contou com a participação de 409 pessoas, de 18 a 60 anos.