

Plano Estratégico de Comunicação

{ v. 1 }

ESCOLA WALDORF RECIFE

Setembro de 2012

Índice

Sumário

Diagnóstico

- 1 Descrição da Escola Waldorf Recife
- 2 Objetivos de Sua Comunicação
- 3 Público Alvo
- 4 Suas Expectativas, Necessidades e Motivações
- 5 Percepção Externa
- 6 Análise SWOT

Pontos Fortes
Pontos Fracos
Ameaças
Oportunidades

Recomendações

- 1 Tipos de Conteúdo e Estratégias Editoriais
- 2 Direções Estratégicas

[a] *Ambiente: O Poder do Espírito*
[b] *Transparência: O Poder da Ética*
[c] *Acervo Intelectual: O Poder do Conteúdo*
[d] *Emoção & Ordem: O Poder do Equilíbrio*
[e] *Pensar Criativo: O Poder da Inovação*
[f] *Institucionalização: O Poder do 'Gravitas'*
[g] *Comunidade Fiel: O Poder do Testemunho*
[h] *Um Movimento Internacional: O Poder da Chancela*

- 3 Plataformas de Comunicação

Sumário

O propósito deste documento é descrever uma estratégia de comunicação para a *Escola Waldorf Recife*. Ele tem a função de orientar os processos criativos da comunicação da instituição e definir os parâmetros a serem considerados nestes exercícios.

Nossa pesquisa aborda fatores tais como público alvo, objetivos e percepção externa, entre outros, como parte da elaboração do DIAGNÓSTICO. O entendimento desses condicionantes serviram como base para o desenvolvimento das direções estratégicas descritas na seção intitulada RECOMENDAÇÕES.

Díagnóstico

1 Descrição da Escola Waldorf Recife

Fundada em Agosto de 1999 na cidade do Recife, A *Escola Waldorf Recife* (EWR) é uma instituição educacional sem fins lucrativos que oferece Educação Infantil (Maternal e Jardim) e Ensino Fundamental (1º a 5º ano) de acordo com os princípios da Pedagogia Waldorf. Sediada em 2012 no bairro do Rosarinho, a escola possui 108 alunos, 13 professores, 6 funcionários e é administrada por uma conselho de pais, professores e membros da Associação Pedagógica Waldorf do Recife.

2 Objetivos de Sua Comunicação

Promover a EWR – sua pedagogia, valores filosóficos, serviços, atividades e conhecimentos – com o intuito de:

- Fomentar o aumento de novas matrículas;
- Auxiliar no processo de auto-educação da comunidade Waldorf;
- Sedimentar sua imagem junto a atuais interlocutores;
- Atrair bons professores, funcionários, parceiros e fornecedores;
- Tornar-se um centro de referência de informações relacionadas a Pedagogia Waldorf;
- Ampliar sua visibilidade e poder de influência na sociedade.

3 Público Alvo

[a] INTERNO

- Pais e familiares de alunos da EWR;
- Professores e Funcionários;
- Associação Waldorf e seus membros;
- Escolas Waldorf em geral;
- Instituições e iniciativas antroposóficas em geral;
- Ex Alunos Waldorf e seus pais.

[b] EXTERNO

- Amigos e familiares de pais da EWR;

- Instituições e profissionais da área pedagógica;
- Instituições, profissionais, praticantes e simpatizantes de atividades afins (Homeopatia, Yoga, alimentação natural, etc.);
- Sociedade em geral.

4 Expectativas, Necessidades e Motivações do Público Alvo

Os vários públicos da EWR demandam, em proporções variadas, os seguintes tipos de informação a respeito da instituição:

FACTUAL (conteúdo objetivo)

Este é o tipo de informação buscada pelo público alvo na tentativa de compreender intelectualmente os atributos positivos e negativos que a instituição oferece. Exemplos de questionamento do público:

- "O que é, e como se diferencia, a Pedagogia Waldorf?"
- "Que atividades as crianças praticam no dia-dia da escola?"
- "Quem são os professores e que preparo possuem?"
- "Como se dá a interação entre os pais e a instituição?"
- "Quem administra a instituição e como?"
- "Como está instalada fisicamente?"
- "Que tipo de reputação possui na sociedade?"

CULTURAL (conteúdo subjetivo)

Conscientemente ou não, o público alvo da EWR busca, no exercício de formar uma compreensão e um julgamento, por informações relacionadas ao caráter da instituição: seus valores, personalidade e cultura. A EWR, por sua vez, está continuamente, conscientemente ou não, transmitindo este tipo de informação na interação com seus interlocutores: no conteúdo e tom de sua comunicação, no trato do seus funcionários, na atmosfera de suas instalações, etc. Exemplos de questionamento do público:

- "Esta é uma instituição séria, organizada e competente?"
- "Este é o tipo de 'ambiente' que quero pra meu filho?"
- "Existe 'amor', 'respeito' e 'cuidado' aqui?"
- "Este sistema e instituição é adequado para preparar meu filho para o 'mundo' e a 'vida'?"

5 Percepção Externa

ATUAL

A EWR (e sua Pedagogia) é virtualmente desconhecida na sociedade em geral. Uma parte considerável dos que "já ouviram falar" dela a interpreta como "de filosofia alternativa" (com as conotações negativas que o desconhecimento faz concluir) mas não sabem precisar "em quê". Uma pequena parcela desse grupo acha que a EWR "dedica-se bastante" a atividades artísticas; outra, acha que se trata de uma "escolinha de arte". Entre pessoas de visão considerada "alternativa", a simpatia pelo projeto Waldorf é calcada numa noção vaga de "arejamento" que a escola parece emanar. A verdade é que apenas a comunidade próxima – de pais, parentes e profissionais da área – conhece e sabe valorizar a EWR, sua Pedagogia e seus benefícios, pelo que de fato são.

DESEJADA

A EWR deseja ser percebida como uma entidade íntegra, sólida, e competente. Uma instituição humanística comprometida com uma visão de mundo onde a Educação contribui para o desenvolvimento de cidadãos livres, equilibrados e criativos. Uma comunidade onde seus membros – pais, funcionários e professores – indivíduos valorizados em sua integralidade, colaboram na construção de um mundo mais solidário, sensível e tolerante.

6 Análise SWOT (Pontos Fortes, Fracos, Ameaças e Oportunidades)

PONTOS FORTES

- A Pedagogia Waldorf existe a mais de 90 anos e é reconhecida e utilizada no mundo inteiro. A primeira escola foi fundada em 1919 na Alemanha e até 2011 existiam 1003 escolas independentes, 2000 jardins da infância e 629 instituições para educação especial, espalhadas por 60 países (fonte: Wikipedia). No Brasil existem 12 escolas filiadas à Federação das Escolas Waldorf no Brasil além de um grande número em processo de filiação. (fonte: Federação das Escolas Waldorf no Brasil).
- A Pedagogia Waldorf considera cada criança única e, portanto, dedica a ela a atenção individualizada que demandam suas características e necessidades.
- Na Pedagogia Waldorf, a individualidade é encorajada, mas não o individualismo. É fundamental nas crianças o desenvolvimento do espírito de solidariedade e do bem-estar coletivo. A escola rejeita a competição, mas estimula que cada indivíduo procure desenvolver ao máximo o seu potencial.
- A Pedagogia Waldorf considera o indivíduo em sua totalidade, focando – além do desenvolvimento cognitivo – o desenvolvimento físico, emocional, ético e espiritual.
- A Pedagogia Waldorf é fruto da Antroposofia, uma filosofia humanista criada por Rudolf Steiner que indiretamente influencia a vida da família Waldorf como um todo, oferecendo alternativas ao corrente uso indiscriminado da informática, ao consumismo desenfreado e ao distanciamento entre o homem e a natureza.
- A EWR é uma instituição sem fins lucrativos. Todo recurso financeiro acumulado pela escola é reinvestido em seu projeto educacional.
- Professores da EWR são melhor remunerados do que a média do mercado e, em parte, de dedicação exclusiva à escola.
- A EWR é gerida, horizontal e democraticamente, por um conselho de pais, professores e fundadores. O poder e a responsabilidade de influenciar os destinos da escola fomenta a formação de uma comunidade cuja lealdade e comprometimento dificilmente ocorreria no contexto de uma gestão tradicional.
- A comunidade Waldorf é bastante diversificada, social e culturalmente, e se une de forma extraordinariamente comprometida e dinâmica em torno de um projeto educacional – ou de uma ‘visão de mundo’ – onde as crianças são preparadas para a vida, e não apenas para o mercado profissional.
- Transparência. Todas as instituições enfrentam problemas no dia-dia, no entanto na EWR as dificuldades são compartilhadas pela comunidade. Os desafios do projeto Waldorf são enfrentados coletivamente e fazem parte do processo educativo.
- A Pedagogia Waldorf é uma referência em Educação. Foi apontada pela UNESCO como sendo o modelo de pedagogia capaz de responder aos desafios educacionais de

nosso tempo, principalmente nas áreas de grandes diferenças culturais. (fonte: Federação das Escolas Waldorf no Brasil). Além disso, atende plenamente ao objetivo do Departamento de Políticas de Educação Infantil e Ensino do Ministério da Educação ao tratar a gestão democrática da escola, os materiais didático-pedagógicos e a formação do professor como fatores determinantes para a qualidade social da educação.

PONTOS FRACOS

- O resultado financeiro da EWR é apenas suficiente para a manutenção do seu funcionamento, não permitindo o investimento em ações de promoção, expansão ou melhoramento significativo da estrutura física.
- A estrutura física atual da EWR é apenas 'aceitável' e está aquém de atender completamente às suas necessidades pedagógicas.
- A gestão compartilhada oferece inúmeras vantagens, mas gera significativos custos de ordem operacional devido à morosidade natural dos processos consultivos e decisórios. (*A Democracia é a pior das formas de governo, exceto todas as outras, Winston Churchill*)
- Apesar de ter produzido campanhas promocionais pontuais ao longo dos anos, a EWR não possui um plano estratégico de comunicação interno e externo, ou um repositório central de conteúdo informativo pautado e coordenado por ele. Isso dificulta a tarefa de explicar os méritos da Educação Waldorf, até mesmo aos pais interessados em divulgar a proposta da escola.
- Por ter um sistema pedagógico próprio, a escola enfrenta constantes dificuldades no recrutamento de professores de formação Waldorf.

AMEAÇAS

- Existe na sociedade uma demanda cada vez mais ansiosa por uma educação focada no desenvolvimento cognitivo, com ênfase na preparação para as exigências do mundo profissional.
- A Pedagogia Waldorf não encoraja o uso ou o ensino da informática no Ensino Fundamental, o que pode ser interpretado como antiquado pela sociedade atual, em geral obcecada com os avanços da tecnologia.
- A utilização de atividades manuais e artísticas como instrumento pedagógico, como Música, Artes Plásticas e Costura, pode fazer a Pedagogia Waldorf ser interpretada na sociedade como 'formadora de artistas'.
- A responsabilidade dos pais numa gestão compartilhada (com as horas de dedicação à escola demandada por ela) pode ser considerada um fator negativo por pais Waldorf em potencial. Especialmente considerando que o tempo livre no mundo moderno é cada vez mais exíguo, e a expectativa dos pais é poder delegar ao máximo a responsabilidade pelo cuidado dos filhos durante as horas escolares.
- Tem sido cada vez mais difícil se diferenciar no campo educacional com uma proposta pedagógica genuinamente alternativa, pois um grande número de instituições tem utilizado este discurso de maneira vazia, com fins meramente promocionais.
- Apesar de a religiosidade na Pedagogia Waldorf ser tratada de maneira adogmática, ecumênica e alegórica, o caráter 'excêntrico' e 'estrangeiro' da mitologia Antroposófica pode ser desestimulante aos pais potencialmente interessados na EWR, especialmente

considerando que o grupo social sensível à proposta Waldorf é particularmente desconfiado de religiões institucionalizadas de maneira geral.

- Alguns dos professores da EWR não são plenamente formados em Pedagogia.

OPORTUNIDADES

- A cidade do Recife vive intensamente os reflexos do boom desenvolvimentista da região metropolitana, do Estado de Pernambuco e do País. Tudo indica que a população, a densidade urbana e o poder aquisitivo continuarão crescendo nos próximos 5 anos como nos 5 anteriores.
- A EWR está otimamente localizada numa região central da cidade do Recife, numa área de alta densidade populacional, majoritariamente de classe média.
- Enquanto a sociedade moderna, de maneira geral, segue seu percurso cada vez mais tecnocrático e materialista – ideologicamente oposto à filosofia Waldorf –, é visível, em contrapartida, o desenvolvimento sócio-econômico de nichos de estilo de vida alternativos. A Educação Waldorf encontra neste contexto o mesmo potencial de crescimento que já é uma realidade em setores como o de alimentos ('Mundo Verde' etc) e o de cuidados com a saúde e o corpo (loga, Pilates, Acupuntura etc), entre outros.
- Apesar da complexidade de atributos do 'produto' Waldorf, a EWR tem sido capaz de viabilizar-se economicamente ao longo dos anos sem depender de publicidade institucional, que foi produzida apenas de forma esporádica. O boca-boca sempre foi sua principal ferramenta promocional, o que atesta para o nível de fidelização e comprometimento dos membros de sua comunidade. Este fato sugere que é possível um aumento considerável da sua clientela se um esforço regular for dedicado a profissionalização de sua auto-promoção.
- A singularidade e integridade filosófica da proposta Waldorf é tão impactante aos que são expostos a ela que talvez seja possível a geração de receita através de um programa de doações por indivíduos e/ou instituições. Experiências como essa já foram tentadas com sucesso em outras escolas Waldorf pelo mundo.
- Pelo fato de ser um bem sucedido movimento internacional, existe à disposição uma vasta quantidade de conteúdo informativo e ilustrativo sobre a experiência Waldorf.

Recomendações

1 Tipos de Conteúdo e Estratégias Editoriais

As estratégias editoriais adotadas pela comunicação da *Escola Waldorf Recife* (EWR) devem se ajustar ao tipo de conteúdo e as expectativas dos interlocutores, descritos anteriormente:

CONTEÚDO OBJETIVO (Factual)

No caso dos conteúdos do tipo factual, interlocutores desejam se comportar como recipientes ativos da informação, sentindo-se capazes de navegar livremente através do conteúdo. Por esse motivo, seus esforços devem ser facilitados através de plataformas de comunicação que organizem e apresentem o conteúdo de maneira sintética, funcional, consistente e sistemática. (ex. *lista telefônica*)

CONTEÚDO SUBJETIVO (Cultural)

Mensagens de natureza moral e cultural são sempre melhor compreendidas quando baseadas nas evidências de uma experiência. É inútil uma empresa se auto-intitular 'transparente', por exemplo. Essa mensagem só será crível quando a empresa se mostrar, de fato assim, transparente. Para que sejam convincentes, plataformas de comunicação devem ser desenhadas com o propósito de seduzir interlocutores a imergirem em seu conteúdo e, cúmplices passivos, experimentarem as difusas mas inconfundíveis sensações (valores, personalidade e cultura) que permeiam as entrelinhas do conteúdo (ex. *revista Caras*).

2 Direções Estratégicas

[a]

Ambiente: O Poder do Espírito

Qualquer pessoa que desfrute um dia no ambiente da EWR é contagiado pela serenidade e gentileza que parecem advir de uma visão coletiva – absurda e dissonante no mundo de hoje – de que “o mundo é bom, o mundo é belo e o mundo é verdadeiro”, nas palavras do criador da Pedagogia Waldorf, Rudolf Steiner. Esta descrição, que pode parecer improvável e piegas em palavras, é palpável no espaço físico da instituição. Emana da decoração dos ambientes, dos objetos feitos à mão, da atitude franca e segura das crianças, do sorriso tranquilo das professoras e da presença constante dos pais e mães. Para conhecer a Pedagogia Waldorf é imperativo visitar o prédio da escola, que deve se abrir para o

mundo sempre que puder. (Ver *Conteúdo Subjetivo*, acima, em *Tipos de Conteúdo e Estratégias Editoriais*).

[b]

Transparência: O Poder da Ética

Todas as escolas prometem zelar pelos interesses de seus alunos. Mas como garanti-lo quando existem também interesses comerciais? Nesse contexto, por ser uma instituição sem fins lucrativos e administrada com a participação dos pais, a EWR possui uma valiosa vantagem moral. Pode se dar ao luxo de oferecer o máximo de transparência em suas atividades, que devem ser divulgadas interna e externamente de maneira franca e farta, com suas virtudes e defeitos. O que resulta deste gesto de franqueza é a simpatia, a confiança e a fidelidade da sociedade, essenciais para o sucesso de um projeto institucional de educação.

[c]

Acervo Intelectual: O Poder do Conteúdo

Pela singularidade de sua visão e profundidade de seu embasamento filosófico – amplamente documentado – a Pedagogia Waldorf deve ser difundida com vigor na sociedade. Através de ações isoladas ou em parceria com entidades de interesses afins, a EWR pode se transformar em um ponto de referência para a pesquisa de assuntos relacionados a sua proposta pedagógica, beneficiando a sociedade e agregando um valor promocional inestimável a sua imagem institucional.

[d]

Emoção & Ordem: O Poder do Equilíbrio

Um aspecto da Pedagogia Waldorf consonante com a cultura brasileira é o enaltecimento, no indivíduo, de sua Liberdade, Espírito e Emoção. Mais difícil de serem assimiladas são as consideráveis doses de Ordem e Disciplina (Ritmos!) exigidos na prática deste ideal. Por esse motivo, não será surpresa se a proposta da EWR (assim como a de outras propostas de raiz Humanista, consideradas 'alternativas') seja interpretada na sociedade como excessivamente 'liberal' ou, até mesmo, 'condescendente'. Para neutralizar este equívoco de percepção, a escola deve dar mais proeminência, em sua comunicação, arquitetura e interação com interlocutores, aos aspectos mais ascéticos (ou austeros) de sua cultura e organização. (Ver *Conteúdo Subjetivo*, acima em *Tipos de Conteúdo e Estratégias Editoriais*. Referência comparativa: Apresentação institucional *Goetheanum Institute*)

[e]

Pensar Criativo: O Poder da Inovação

Apesar de atuar numa sociedade que enfatiza a competição e o sucesso profissional medido pelo resultado financeiro, a EWR não deve se posicionar antagonicamente dentro deste ambiente educacional ideologicamente contrário a sua filosofia. Cada vez mais, o mercado de trabalho moderno valoriza a capacidade criativa, o trabalho colaborativo, a visão multilateral e o pensamento estratégico, todas virtudes comprovadamente estimuladas pela Pedagogia Waldorf, e que devem ser ressaltadas em sua apresentação. (Referência comparativa: Escolas Waldorf do Vale do Silício, Califórnia)

[f]

Institucionalização: O Poder do 'Gravitas'

Com o crescimento dos últimos anos, a EWR vem implementando um processo de sistematização operacional que pretende transformá-la gradualmente, de um projeto colaborativo de Indivíduos, em uma Instituição autônoma e auto-sustentável. É natural e desejável que esta nova situação seja refletida através de uma persona institucional mais impessoal e anônima, porém investida de uma autoridade que é própria daqueles que atingiram um certo grau de solidez. Gravitas, uma das virtudes romanas, é traduzida literalmente como Gravidade, e se refere a qualidade daqueles que se fazem respeitar pela atuação consistente, séria, íntegra e confiável. Estas são características esperadas de instituições escolares na escala em que atua a EWR, e portanto, devem ser perseguidas em sua comunicação em forma e conteúdo. (Referência comparativa: *Instituto Capibaribe e Escola Rudolf Steiner*, em São Paulo)

[g]

Comunidade Fiel: O Poder do Testemunho

É sabido em publicidade que o depoimento espontâneo de um usuário satisfeito é, de longe, a melhor propaganda de um produto. O envolvimento dos pais e professores no dia-dia da EWR e o impacto de sua pedagogia nas famílias como um todo, resultam na formação de uma comunidade extraordinariamente fiel e coesa, que constitui, potencialmente, sua mais efetiva divulgadora. Esta comunidade deve sempre ter a mão material informativo sobre a proposta da escola, especialmente produzido para auxiliá-la na tarefa de a promover. (ver *Conteúdo Objetivo*, acima em *Tipos de Conteúdo e Estratégias Editoriais*).

[h]

Um Movimento Internacional: O Poder da Chancela

A Pedagogia Waldorf é reconhecida e utilizada no mundo todo. Existe farto material disponível online – de organizações importantes como a UNESCO – informando, ilustrando e elogiando os excelentes resultados desta proposta educacional. A EWR deve se utilizar amplamente este prestígio internacional para endossar a qualidade de sua proposta, especialmente num ambiente social onde ela é percebida como 'alternativa'.

3 Plataformas de Comunicação

EVENTOS

A maneira mais efetiva de oferecer ao público externo um pouco da *Experiência Waldorf* é através de palestras, festas e vivências (reproduções das atividades de sala de aula), pois apenas atividades imersivas podem aproximá-los da intangibilidade e singularidade deste produto. Por este motivo, eventos devem ser organizados de maneira sistemática. A criação de um calendário anual é necessário para que se possa dimensionar recursos humanos e financeiros, garantindo uma operacionalidade eficiente e em sintonia com a realidade da escola.

WEBSITE

A internet é o meio de comunicação mais barato e acessível e, portanto, ideal para a difusão de grandes quantidades de conteúdo. Se a EWR pretende tornar-se um centro de

referência de informações relacionadas a Pedagogia Waldorf – para o público interno e externo – , seu website é onde deve ser reunido, de modo objetivo e factual, este conteúdo. Nele, a EWR deve também disponibilizar *conteúdo cultural* através do documentário farto de suas atividades e eventos, traduzindo indiretamente seus valores e visão de mundo, atendendo as necessidades de seu público e potencializando sua capacidade de persuasão.

ARQUITETURA

O espaço físico de qualquer instituição influencia poderosamente a percepção dos usuários e visitantes a seu respeito. A atmosfera e funcionalidade dos ambientes; a ordenação do fluxo das pessoas; os cuidados com o conforto ambiental e a relação com a natureza: são todos parâmetros indicativos dos valores e do *estado de saúde* de uma organização. Considerando, além de tudo, que a Pedagogia Waldorf atribui mérito singular a este assunto, a EWR deve dedicar atenção concentrada a sua infraestrutura física, especialmente levando em conta que a promoção de seu produto depende de vivências e eventos a ocorrerem naquele local.

IDENTIDADE VISUAL

Nenhuma plataforma de comunicação tem o potencial de ilustrar de forma tão evidente e simbólica o *Gravitas* de uma organização quanto a sua identidade visual (ver *Institucionalização: O Poder do Gravitas*). Até recentemente, o conjunto de logotipo e símbolo da EWR (a chamada *Marca*) encapsulava em suas formas o humanismo e a sensibilidade que são próprios da escola, mesclando-se harmonicamente – gráfica e conceitualmente – com o conteúdo de fundo de onde era aplicado, como aquarelas, fotos e ilustrações. Nesta nova era de institucionalização por que passa a EWR no entanto, é necessário que se faça uma distinção entre o cotidiano vivo, dinâmico e positivamente caótico do processo pedagógico, e a solidez estável da organização em que este processo se realiza. Para complementar e se contrapor ao universo colorido das atividades da escola é necessário a criação de um novo conjunto de logotipo e símbolo que possua a sobriedade e autoridade que este momento demanda. Este conjunto deve ser aplicado de maneira consistente e padronizada em todos os documentos da EWR, impressos ou não, formando um identidade visual que simbolize este momento de sua existência.

IMPRENSA

Instituições como a EWR, que pela natureza de sua atuação é detentora e geradora de conteúdos palpitantes sobre temas de interesse da sociedade, tem condições de pleitear e podem se beneficiar enormemente da presença regular na imprensa. A EWR deve estar constantemente atenta ao que aparece na mídia sobre Educação, documentando e divulgando matérias que possam endossar o seu produto. *Releases* sobre eventos e atividades da escola devem ser regular e profissionalmente elaborados e, dentro das possibilidades, disponibilizados para os órgãos da imprensa.

PUBLICIDADE

Uma instituição filosoficamente contrária à sociedade de consumo, por coerência, deve ser bastante cuidadosa quanto ao uso de canais de publicidade tradicionais, como anúncios em jornais e revistas, rádio e TV, que devem ser evitados, salvo em situações extraordinárias avaliadas caso-a-caso. Campanhas publicitárias que utilizam meios alternativos e são executadas pelos próprios membros da comunidade (como uma panfletagem no parque, por exemplo) são preferíveis pois, além de serem potencialmente bastante efetivas, reforçam a idéia da EWR como uma instituição íntegra de valores e formada por indivíduos comprometidos com sua proposta.

REDES SOCIAIS

Por seu potencial virático, as redes sociais podem ser excelentes meios para a divulgação da EWR e de sua proposta pedagógica. Membros da comunidade devem ser encorajados a compartilhar livremente, enquanto indivíduos, os conteúdos preparados pela instituição com este fim, mas é necessário estar atento de que as redes podem também constituir uma plataforma explosiva de polêmicas e discussões. Por este motivo, canais oficiais da EWR nas redes devem ser criados em formato de *mão-única* (com a ferramenta de comentários desabilitada) e membros da comunidade instruídos a nunca se expressar *em nome* da instituição. É importante também que, uma vez criados, canais oficiais mantenham-se regularmente ativos, sob pena de refletirem uma personalidade errática e inconsistente para a instituição.

CAMPANHA ANUAL DE CAPTAÇÃO DE ALUNOS

Uma particularidade importante das instituições escolares é a necessidade de renovação anual de parte de seu corpo estudantil. Cada mudança de ano letivo pode ser tão impactante financeiramente que é previdente ter preparado uma campanha especial de divulgação para esta época. No caso da EWR, temas e ferramentas de comunicação podem variar anualmente, mas a estratégia da campanha deve sempre ser calcada no trinômio *provocação + informação + experiência*. Um exemplo de campanha pode ser a distribuição de um panfleto (*provocação*), que leva a um website (*informação*) e a uma vivência de sala de aula a ser realizada na própria escola (*experiência*).

COMUNICAÇÃO INTERNA

Um dos aspectos mais interessantes da Pedagogia Waldorf é a noção de que, não só os alunos, mas também os pais e professores de uma escola Waldorf estão envolvidos num processo de Auto-educação. Seja através da busca pelo conhecimento teórico, ou pela prática, participando da produção de eventos escolares ou da gestão compartilhada da escola. Neste contexto, mais do que em qualquer outro modelo escolar, a comunicação interna é fundamental para o dinamismo da comunidade. Neste sentido, além de criar e manter canais de comunicação como informativos e redes de informação, a EWR deve dedicar considerável esforço em organizar e disponibilizar a toda comunidade um repósitorio amplo de conteúdos relevantes que incluam artigos, textos didáticos e imagens referentes a Pedagogia Waldorf, Educação de maneira geral, Antroposofia e Filosofia de maneira geral, Medicina Antroposófica, Nutrição, modelos de Governança, atividades e eventos da escola e de áreas afins, etc. Este acervo terá também a função de alimentar de conteúdo o website e eventuais campanhas de divulgação da escola.