Apoio e reflexões
pedagógicas

A ESCOLA QUE MOSTRA A VIDA COMO ELA É:

CRIATIVIDADE E MARKETING COM RECURSOS SIMPLES E ALUNOS COMO PROTAGONISTAS

sm

A ESCOLA QUE MOSTRA A VIDA COMO ELA É: CRIATIVIDADE E MARKETING COM RECURSOS SIMPLES E ALUNOS COMO PROTAGONISTAS

Por Tathiana Anselmo

São sete horas da manhã e o barulho na frente do portão da escola ainda está começando. No pátio, grupinhos se formam: ora por adolescentes, ora por crianças correndo. Nos bancos que rodeiam o espaço, uns 4 ou 5 estudantes discutem animadamente sobre um experimento de ciências que não deu exatamente certo, mas que rendeu algumas hipóteses e muitas gargalhadas.

O sinal toca: correria, alvoroço, alguma preguiça...organicamente, todos começam a se dirigir para suas salas de aula, onde encontrarão o(a) professor(a) que conduzirá sua primeira disciplina do dia.

Nada disso foi planejado para virar conteúdo. Mas poderia ser.

A comunicação idealizada

Durante muito tempo, as instituições de ensino tentaram mostrar uma versão idealizada da educação: fotos perfeitamente clicadas, atividades coreografadas, sorrisos posados. **Era o marketing da escola perfeita.**

Inclusive, isso me lembra os tempos em que trabalhei como auxiliar de sala em uma escola de educação infantil: em horários de visitas de novos responsáveis para conhecer a escola, a gente tinha que sair desesperadamente arrumando tudo, deixando as salas perfeitamente alinhadas, as crianças organizadas e sentadas, os materiais guardados...

> Assim, **como se fosse possível**, em uma sala com 30 crianças de 2 e 3 anos, ter esse nível de organização.

Esse cenário me fazia pensar em duas coisas: a primeira delas é, se eu fosse responsável por uma criança e estivesse buscando uma escola para matriculá-la, talvez me sentisse desconfortável em deixá-la em um ambiente tão intocável.

Afinal, **criança deve ser criança**

e lugares onde elas costumam ficar, raramente vão estar sempre tão alinhados, sem brinquedos espalhados, papéis rabiscados por todos os lados, gizes de ceras jogados...

A segunda coisa que me incomodava era pensar no que a escola estava querendo mostrar aos pais/responsáveis ao exigir que a gente deixasse tudo impecável antes da visita porque, com certeza, aquilo tudo era muito mais uma cena ensaiada do que a vida real.

Ainda hoje muitas escolas agem de forma parecida e, com o avanço da tecnologia e das redes sociais, essas histórias acabam se estendendo para além dos muros da escola. A internet acaba sendo uma vitrine, onde as famílias buscam informações relevantes sobre as instituições que mostram aquilo que acreditam que devem mostrar.

O lado positivo dos tempos atuais é que, além de novas dinâmicas familiares que possibilitam o questionamento de certos comportamentos perpetrados pelas escolas tradicionais, os responsáveis também estão mais críticos ao procurarem instituições onde suas crianças passarão anos da sua vida e da sua formação.

Mais do que promessas institucionais bonitas e discursos voltados à peformance e resultados, a família busca **o que é de verdade.**

Querem entender como a escola funciona de fato, imaginando seus filhos e filhas naquele ambiente. Querem sentir que ali existe vida, curiosidade, descoberta. E mais do que isso: respeito. Que a criança seja vista e compreendida como um ser humano, com vontades próprias, limitações, medos, consciência.

Nesse novo cenário, o marketing educacional também se transforma e deixa de ser apenas divulgação, tornando-se narrativa do cotidiano pedagógico.

E, curiosamente, quanto mais simples for essa narrativa, mais potente ela se torna.

Comunicar também é educar e vice-versa

Toda escola comunica. Mesmo quando não percebe.

Comunica quando conversa com as famílias, quando envia alguma mensagem para os responsáveis, comunica através das imagens que compartilha, das fotos que tira, nas histórias que escolhe contar (e nas que deixa de contar).

Já se foi o tempo em que a comunicação escolar era apenas para coisas mais burocráticas como envio da mensalidade, permissão para passeios, avisar os eventos, divulgar datas importantes, publicar registros institucionais. Isso ainda é feito, claro, mas na prática, a forma como a escola se comunica vai muito além. A comunicação escolar cada dia mais precisa ser vista como um papel grandioso e decisivo que é a **construção da percepção**. E percepção, por sua vez, constrói **reputação**.

Quando você busca as redes sociais de uma escola, dificilmente está pensando em ver somente algumas fotos da estrutura da instituição ou dos alunos pelos corredores, a verdade é que na maioria das vezes você está tentando encontrar respostas para algumas perguntas silenciosas, como por exemplo, como é a dinâmica dessa escola? Como são as aulas? As pessoas que darão aulas aos meus filhos são pessoas gentis e cuidadosas? Será que meu filho se sentirá bem e confortável nesse ambiente?

Pesquisas recentes de comportamento digital (ver Para Saber Mais) mostram que **conteúdos autênticos**, aqueles que registram momentos reais, bastidores e processos, geram até **três vezes mais engajamento do que produções excessivamente institucionais.**

Não é difícil entender o motivo. Quando o público percebe espontaneidade, percebe também verdade. **E verdade é o combustível da confiança.**

Por isso, comunicar o cotidiano escolar não é apenas uma estratégia de marketing. É uma forma de tornar visível aquilo que muitas vezes acontece silenciosamente dentro das salas de aula. É promover o estudante à protagonista da sua narrativa, mostrando verdadeiramente seu processo de aprendizagem.

O simples que funciona

> A expressão **"menos é mais"** nunca foi tão certeira

Quando falamos em comunicação digital emerge a ideia de que bons conteúdos só existem a partir de grandes produções, câmeras profissionais, iluminação elaborada, roteiros técnicos, mas a real é que o mundo digital é uma imensidão de possibilidades e que, através do **"faça você mesmo"** qualquer pessoa pode aventurar-se por elas, independentemente de suas habilidades ou experiência.

Claro que devemos estar atentos ao que publicar e compartilhar, mas seguindo algumas boas práticas para a produção de conteúdo digital, alcançamos aquilo que realmente funciona nas redes sociais.

No site do **gov.br** você pode conferir algumas dessas **boas práticas:**

https://www.gov.br/secom/pt-br/acompanhe-a-secom/central-de-conteudo/redes/guia

CONECTANDO PESSOAS

> O que mais conecta pessoas hoje são registros espontâneos, momentos genuínos, cenas que parecem acontecer sem preparação, sem ensaio
> E as escolas têm isso todos os dias:

UM EXPERIMENTO CIENTÍFICO
que desperta curiosidade

UM PROFESSOR
que se empolga explicando algo

UM MOMENTO COMPARTILHADO
entre crianças no pátio

UMA DESCOBERTA INESPERADA
durante uma atividade

UM SORRISO
durante uma partida de handebol

UM DEBATE SAUDÁVEL
na apresentação de um trabalho em grupo...

Esses são os momentos que revelam o que realmente acontece na educação e, captá-los, é muito mais simples do que parece.

A ESCOLA QUE MOSTRA A VIDA COMO ELA É: CRIATIVIDADE E MARKETING COM RECURSOS SIMPLES E ALUNOS COMO PROTAGONISTAS

O que é preciso para produzir conteúdo espontâneo?

Em vez de registrar **apenas o resultado final**, como a feira pronta, o cartaz finalizado, o trabalho entregue, é importante mostrar o processo: a tentativa, o erro, a conversa, a construção coletiva.

Os processos são importantes porque é nesse percurso que a aprendizagem acontece.

E quando o público vê esse percurso, ele entende algo fundamental: aquela escola não apenas ensina conteúdos. Ela **cria memórias, possibilita experiências.**

A arte do storytelling: menos propaganda, mais histórias

Como comunicar é contar (boas) histórias, mostrar a escola acontecendo é a ferramenta mais potente que existe para criar vínculos profundos entre família, responsáveis, estudantes e comunidade escolar.

Não precisa cenário ideal, não precisa criar personagens, não precisa de ensaio.

> A **história é escrita diariamente** por todas aquelas pessoas que frequentam aquele ambiente.

E, quando a comunicação revela esses momentos com simplicidade e honestidade, a escola passa a ser muito mais do que apenas um lugar onde conteúdos são ensinados, ela passa a ser percebida como um espaço onde a vida se renova, pulsante e cheia de descobertas.

Talvez essa seja a maior força do marketing educacional: ele não precisa inventar histórias, mas as reconhecer no cotidiano, desde os barulhos que começam às 7h no portão da escola, até o último apagar de luzes ao findar do dia.

Para saber mais

- **Taxa de engajamento em queda e nova era do conteúdo autêntico: como será o futuro das redes sociais?**
  https://mundodomarketing.com.br/taxa-de-engajamento-em-queda-e-nova-era-do-conteudo-autentico-como-sera-o-futuro-das-redes-sociais

- **A era da performance acabou, bem-vinda à era da transparência**
  https://marketingdigitalavancado.com.br/a-ascensao-dos-conteudos-de-bastidores-por-que-isso-vicia-o-publico/#:~:text=conte%C3%BAdos%20de%20bastidores:%20descubra%20por%20que%20esse,entre%20marcas%20e%20consumidores.%20Clique%20e%20entenda

- **Autenticidade nas Redes Sociais: O Poder Surpreendente da Imperfeição**
  https://www.fansoria.com/pt-pt/authenticity-on-social-media/

- **Autenticidade nas redes sociais: na era da IA, originalidade é tudo**
  https://www.mlabs.com.br/blog/autenticidade-redes-sociais

- **Nas redes sociais, consumidor gosta de propaganda que não pareça propaganda**
  https://www.terra.com.br/economia/nas-redes-sociais-consumidor-gosta-de-propaganda-que-nao-pareca-propaganda,a898dce4441f13b00a5feb2c73b8222326zvzc02.html?utm_source=clipboard

- **Autenticidade nas redes sociais: o novo diferencial competitivo para líderes e empresas**
  https://exame.com/lideres-extraordinarios/autenticidade-nas-redes-sociais-o-novo-diferencial-competitivo-para-lideres-e-empresas/

- **Boas práticas para redes sociais**
  https://www.gov.br/secom/pt-br/acompanhe-a-secom/central-de-conteudo/redes/guia

- **Estratégias de storytelling digital para criação de conteúdo**
  https://www.adobe.com/br/express/learn/blog/digital-storytelling-strategies#:~:text=O%20storytelling%20digital%20%C3%A9%20a,produ%C3%A7%C3%A3o%20da%20cria%C3%A7%C3%A3o%20de%20conte%C3%BAdo

Conheça o autor

Tathi Anselmo

Analista Sênior de Marketing

Tathi Anselmo é apaixonada por comunicação, educação, animais, natureza, cheiro de terra molhada e jiu-jitsu. Comunicóloga, com especialização em Produção Editorial é pós-graduada em História, Sociedade e Cultura pela PUC-SP e em Comunicação e cultura latino-americana pelo CELACC-USP. Tem MBA em Gestão de Marketing, cursou 5 anos de Pedagogia na Faculdade de Educação - USP e, atualmente, cursa Geografia no Instituto Federal de São Paulo.

É militante em coletivos que atuam a favor da liberdade dos povos, atuando diretamente com comunicação popular e educação de base.

sm