



PLANO DE COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO

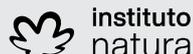
Novo Ensino Médio

2022

Realização:



Apoio:



SOBRE ESTE MATERIAL

Planejar a comunicação é fundamental para o sucesso da implementação da Reforma do Ensino Médio. Será preciso informar toda a comunidade escolar - técnicos, gestores escolares, professores, pais, responsáveis e familiares - sobre as etapas do processo e possíveis implicações.

O envolvimento de cada um é indispensável para o engajamento de todos.

Neste conteúdo, apresentamos orientações para orientar a construção de um Plano de Comunicação. As sugestões aqui mencionadas e os materiais de apoio não devem ser vistos como uma 'receita de bolo', até porque todo o processo será formado por elementos variáveis, que devem ser adaptados à realidade de cada rede educacional.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO: O PRIMEIRO PASSO	03
1. DIAGNÓSTICO	04
2. CONTEXTO	06
3. PRINCIPAIS INFORMAÇÕES PARA O PLANO DE COMUNICAÇÃO	08
4. OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO	10
5. PREMISSAS PARA A COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO	12
6. PÚBLICOS	15
7. MENSAGENS-CHAVE	17
8. DEFINIÇÃO DAS AÇÕES	22
9. CRONOGRAMA DE AÇÕES	25

INTRODUÇÃO: O PRIMEIRO PASSO

Para a construção de um Plano de Comunicação e Mobilização focado na implementação do Novo Ensino Médio (NEM), é importante criar um **Grupo de Trabalho** (GT) intersetorial na Secretaria, que será responsável por ações e comunicações, conforme os diferentes contextos estaduais. Entre elas, planejamento, diagnóstico da rede e o mapeamento inicial das principais mudanças na oferta do NEM.

É desejável que este GT seja formado por pessoas que elaboraram o currículo e arquitetura da oferta do NEM, responsáveis pela formação continuada dos profissionais da educação, área de Recursos Humanos, Assessoria de Comunicação e Regionais. A partir daí é definido, para cada ano de implementação, o objetivo, a estratégia, os principais públicos e mensagens que serão comunicadas a cada grupo envolvido neste processo.

Como a reforma do Ensino Médio traz muitas novidades e o seu sucesso depende de um alto grau de articulação entre a Secretaria, Regional e Escola, bem como de um forte engajamento dos profissionais da educação, estudantes e toda a sociedade civil, é indicado que a Secretaria tenha um espaço de referência, como uma página on-line, que concentre todos os materiais de comunicação organizados por público.

Esperamos que com este material as Secretarias produzam seu Plano de Comunicação e possam responder às seguintes perguntas:

- 1. Por que comunicar?**
- 2. Para qual público?**
- 3. O que comunicar?**
- 4. Onde comunicar?**
- 5. Como comunicar?**
- 6. Quando comunicar?**

Diagnóstico

DIAGNÓSTICO

O diagnóstico é necessário para identificar os principais caminhos de acesso das comunicações produzidas por parte do público-alvo. Ou seja, ter conhecimento sobre quais os veículos mais acessados, modelos e formatos de mensagens mais funcionais para determinado público, nível de engajamento etc. Isso pode ocorrer de diversas formas, como, por exemplo, entrevistas, grupo focal, questionário online e via enquete nas redes sociais. Além disso, desta forma também é possível compreender o nível de conhecimento das mudanças propostas nesta etapa de ensino.

Perguntas internas para a Secretaria:

O estado tem um plano de comunicação? O plano está em execução? As ações estão detalhadas por público? Se sim, quais são os objetivos? Quais os veículos pensados e os públicos? Existe uma frequência de ações? Quem são os responsáveis? Existe um cronograma para o período 2022-2024?

Aqui é importante entrevistar técnicas da Secretaria e da Regional, direção da escola, professores e estudantes, a fim de entender:

O que eles entendem por NEM? Desde quando ouviram falar disso? Por quais meios? Existem dúvidas? Há receios? O que entendem como positivo e por quê? Qual a percepção dos colegas desse ator sobre o NEM? Já procuraram informações sobre o NEM? Onde? Como foi essa experiência? Buscaram apoio da escola/regional/Secretaria? Como foi a resposta? Conhece o currículo? Já o leu? Ficaram dúvidas? quais? Encontra as coisas de que precisa no site da Secretaria? Por quais meios se informa? Por quais meios sua família se informa (e quais programas)? Possui internet? E computador? O celular da família suporta vídeo? Quais redes sociais possui? Quais formas que considera mais efetivas pra a Secretaria/regionais/escola transmitirem informação?



Contexto

CONTEXTO

Qual o contexto do desenho e início da implementação do Novo Ensino Médio em seu estado?

Quais esforços que deveriam ser concentrados no NEM foram alocados para o desafio de adequação ao modelo híbrido/presencial/remoto?

Exemplo: aulas remotas, impacto da pandemia Covid-19, suspensão das aulas presenciais etc.

Quais componentes comprometem/comprometeram o fluxo de comunicação com os educadores?

Exemplo: Greve de professores.

Qual impacto da pandemia nos jovens e profissionais da rede?

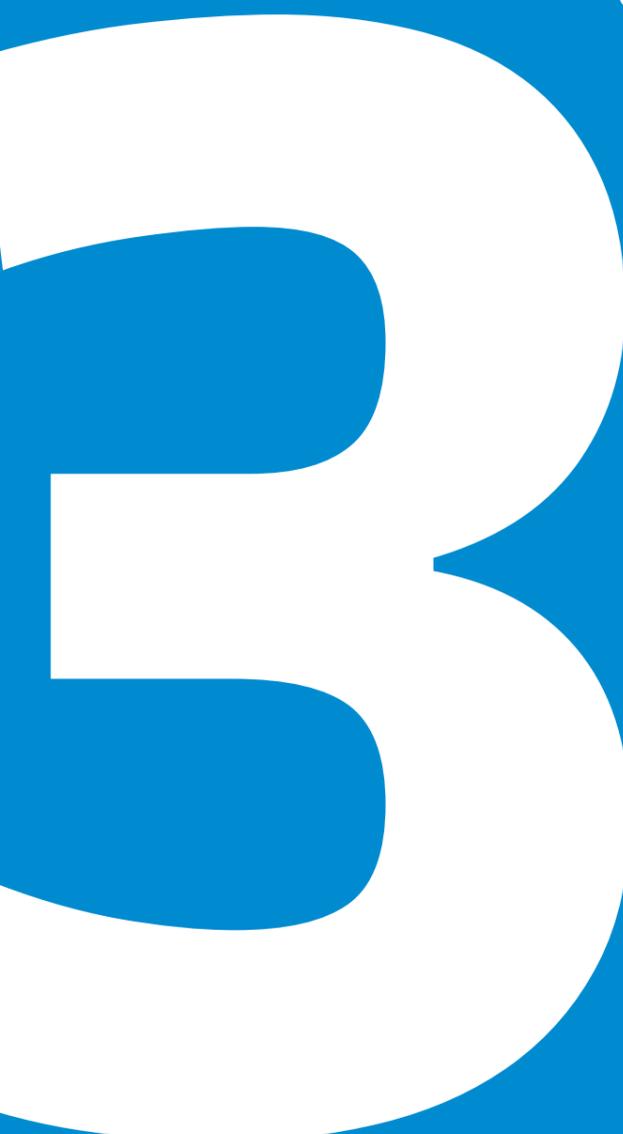
Exemplo: Agravamento da situação da saúde mental dos jovens.

Quais eventos semestrais/anuais podem impactar na mobilização dos atores? Como estabelecer um fluxo de comunicação com a rede que funcione com autonomia e não seja impactado negativamente pelos períodos de adaptação de mudança de governo, por exemplo?

Exemplo: Ano Eleitoral, Copa do Mundo etc.

Outros exemplos de contextos possíveis e comuns aos diversos territórios:

- Impacto econômico nas famílias - que pressiona o jovem a trocar a escola pelo trabalho;
- Aumento da evasão escolar;
- Perda de aprendizagem no período. Esses aspectos impõem um desafio a mais para o Novo Ensino Médio no estado: aliar a sua implementação à recuperação de aprendizagem e também à necessidade de aumento da atratividade da escola para os estudantes.



Principais Informações para o Plano de Comunicação

PRINCIPAIS INFORMAÇÕES PARA O PLANO DE COMUNICAÇÃO

É necessário sistematizar as entrevistas e as principais informações obtidas, inclusive aprendizados, por público. A sistematização dos conhecimentos encontrados é importante para gerar insumos, ideias e soluções das estratégias a serem utilizadas.

Exemplos de dados obtidos:

- Baixa compreensão da rede de professores sobre o NEM em suas múltiplas dimensões;
- Desconhecimento dos estudantes sobre a proposta, como benefícios e o impactos na rotina escolar;
- Falta de recursos da Secretaria para ativar a comunicação do NEM no prazo necessário.

O impacto da desinformação:

Para os professores: aumento da resistência ao processo de implantação e às estratégias e ações adotadas, como, por exemplo, a frequência às formações;

Para os estudantes: Desinteresse pela escola, baixo engajamento às atividades propostas, escolhas desatentas, evasão.



Objetivos do Plano de Comunicação

OBJETIVOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Os objetivos podem ser gerais ou específicos por público a depender da demanda mapeada no diagnóstico e contexto da rede.

Exemplos de Objetivo Geral:

- Comunicar a importância da mudança do Ensino Médio e seus objetivos;
- Levar informação didática e de qualidade sobre as principais mudanças no estado;
- Desenhar estratégias para estabelecer e manter um fluxo de comunicação mesmo no contexto de restrições de recursos (humanos ou técnicos);
- Promover o alinhamento completo da comunicação - da Secretaria à escola - e evitar ambiguidade e ruídos nas mensagens.

Exemplos de Objetivos Específicos:

- Gerar engajamento nos profissionais das escolas na implementação e apoiá-los (informações e repertório) para que estejam preparados para a interlocução com estudantes e suas famílias;
- Formar jovens para que sejam comunicadores em seu grupo de estudantes, a fim de promover a informação de qualidade sobre a proposta na comunidade escolar.

Premissas para a Comunicação e Mobilização

Após a definição dos objetivos gerais e específicos, por público, é fundamental que se definam as premissas de comunicação, que são contextuais ao território e às informações do diagnóstico realizado. O objetivo, assim, é nortear os caminhos a serem trilhados dentro do plano, em especial na elaboração das peças e frequência.

Para definir as premissas, comece respondendo inicialmente à pergunta: a comunicação será online, híbrida, impressa ou audiovisual?

Por exemplo:

Na resposta, é possível chegar à conclusão que irão optar por uma comunicação Multicanal, que irá levar a informação de diferentes maneiras para alcançar um público amplo, por diversos canais: rádio, TV(*), sites do governo, grupos de WhatsApp e redes sociais.

Após a definição dos canais e veículos, é fundamental a definição da produção e a frequência da disseminação dessas peças. Ou seja, as publicações na redes sociais serão semanais, quinzenais ou mensais? Com qual frequência falaremos com o público jovem? E as publicações relacionadas às formações continuadas?

Por exemplo:

A Secretaria deve definir como premissa uma comunicação Frequente, ou seja, tão importante quanto a diversidade de canais e formatos é a regularidade da comunicação. Para alcançar o amplo público que é foco deste trabalho, é essencial manter a frequência semanal da comunicação.

PREMISSAS PARA A COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO

Além disso, dentro do plano é preciso refletir e definir: o quanto de autonomia as outras instâncias da Secretaria terão para disseminar os conteúdos de comunicação? Quais os papéis da Secretaria, Regional e Escolas?

Por exemplo:

Definição de uma comunicação Matricial com uma estrutura que conceda autonomia às regionais e às escolas nas campanhas de comunicação, cuja estratégia central é definida pela Secretaria.

Outros exemplos de premissas que podem ser adotadas pelas Secretarias:

- Desenhada por público: o NEM impacta a vida de todos, mas isso ocorre de diferentes maneiras com cada público. As estratégias de comunicação devem ser traçadas de acordo com o formato e a frequência mais pertinentes para cada um deles;
- Multilinguagem: com adaptação da mensagem ao público;
- Com o apoio de multiplicadores: grupo de estudantes e profissionais da rede que apoiarão a disseminação de mensagens e a articulação entre as escolas e os demais jovens da rede.



Públicos

PÚBLICOS

Quais são os públicos que serão priorizados no plano?

Exemplos:

Públicos prioritários

Professores
Estudantes
Imprensa e opinião pública
Regionais – liderança + equipes
Escolas – dupla gestora
Secretaria (áreas internas)
Famílias e responsáveis pelos estudantes

Público secundário

Sociedade em geral
Sindicatos
Conselho Estadual de Educação

Mensagens-Chave

MENSAGENS-CHAVE

A Secretaria constrói as mensagens chave a partir de seus objetivos. São úteis para informar mudanças, esclarecer dúvidas e mobilizar atores. Também dialogam com o diagnóstico, seja de forma geral ou específica por público.

Refleta:

1. O que todos precisam saber sobre a Reforma do Ensino Médio e sua implementação?
2. O que deve ser comunicado a todos os públicos?

MENSAGENS-CHAVE

Público: Sociedade em geral

Exemplos:

O NEM do estado em suas múltiplas dimensões;
O que muda com o novo currículo do estado (e os novos conceitos trazidos por ele);
Porque essa mudança está ocorrendo;
Como fica a carga horária;
Qual o impacto da mudança no ensino técnico e no período noturno;
O que passa a valer este ano e mudanças dos próximos dois anos;
Quais as formações disponíveis;
De que forma será feita a certificação dos professores;
Como será a avaliação dos estudantes;
Onde buscar mais informações na Secretaria.

Atenção: É essencial que todas as áreas internas da Secretaria conheçam o NEM e saibam orientar quaisquer pessoas.

- Organização da implementação gradual e que essa regra foi colocado pelo próprio MEC;
- A mudança trazida pelo NEM;
- Benefícios para os estudantes;

Os estudantes não deixarão de ter nenhuma disciplina, assim como nenhum professor corre o risco de ficar sem aulas; Informar sobre iniciativas e formações para apoiar os professores nessa mudança.

Estruturação da carga horária de aulas.

Aumento da carga horária total da rede e, consequentemente, dos professores.

MENSAGENS-CHAVE

Público: Secretaria - áreas internas

Exemplos:

O papel de cada área na implementação do NEM e na comunicação com os públicos-alvo;

A necessidade de trabalhar em parceria com a comunicação;

Público: Regionais

Exemplos:

A importância de uma comunicação de mão dupla frequente com as escolas. A regional tem o papel de levar informações e também trazer para a Secretaria dúvidas e inquietações da rede que ainda não foram endereçadas;

Público: Escolas

Exemplos:

Reforçar com a escola a importância do seu papel, tanto na comunicação com professores, estudantes e famílias como na interlocução com regionais e Secretaria. Cabe à escola identificar e indicar as dificuldades reais do cotidiano.

MENSAGENS-CHAVE

Público: Professores

Exemplos:

É essencial que os docentes dominem o novo currículo do estado para o Ensino Médio, disponível no site da Secretaria;

Todos os professores devem conhecer os materiais produzidos pela Secretaria, informações sobre conteúdo agenda e importância das formações na rotina escolar.

Reforçar com os professores a importância do seu papel na comunicação com estudantes, pais, responsáveis e familiares.

Público: Estudantes

Exemplos:

O protagonismo juvenil ganha centralidade no Novo Ensino Médio.

Os jovens podem e devem buscar sobre a proposta, bem como sugerir abordagens para dúvidas frequentes de colegas.



Definição das Ações

DEFINIÇÃO DAS AÇÕES

As ações de comunicação desenhadas pelo grupo podem ser divididas em canais de comunicação ou estratégias gerais.

Canais de comunicação: Espaço dedicado ao NEM no site da Secretaria; peça audiovisual didática e explicativa, peças online que reforcem mensagem e conceitos para minimizar dúvidas em redes sociais e WhatsApp.

Estratégias gerais: Monitoramento da comunicação com a rede de educadores e estudantes; convidar jovens para se tornarem embaixadores do NEM; Formação Online - o que é o NEM.

Atenção: há uma conexão direta entre o objetivo, mensagem chave específica por público, ações e materiais de apoio sugeridos.

Exemplo do material de comunicação do CONSED:
https://movimentopelabase.org.br/wp-content/uploads/2019/10/book_frente-comunicacao_tela_pgsimples.pdf

DEFINIÇÃO DAS AÇÕES

Exemplos para Regionais e Escolas:

Oficina de comunicação para gestores e professores

Exemplos para Gestores e Professores:

Guia do Novo Ensino Médio;

Perguntas e respostas construída à partir do diagnóstico (dado que é no diagnóstico que saberemos quais as perguntas mais frequentes dos diferentes públicos);

Monitoramento da comunicação com a rede de educadores e estudantes.

Exemplos para Estudantes e Famílias:

Formação Online - o que é o NEM?

Guia do Novo Ensino Médio para estudantes, pais e responsáveis;

Roda de conversa com as famílias e a comunidade escolar;

Conteúdos lúdicos e interativos nas redes sociais e disparos de mensagens - via whatsapp ou SMS - com informações que destaquem os pontos positivos da proposta.

Cronograma de Ações



CRONOGRAMA DE AÇÕES

É importante ter um mapa das ações organizadas no tempo de maneira a contemplar:

Fase de sensibilização: apresentar o NEM, disseminar seus conceitos e eliminar ruídos sobre o novo currículo para toda a rede de educadores, servidores, estudantes e sociedade;

Fase de disseminação: ter estudantes e professores apropriados do novo currículo e da importância de cada um deles na construção do NEM. Figuras fundamentais no processo de comunicação e engajamento da rede.

