

PROTOCOLO DE ATRAÇÃO DAS ESCOLAS DE TEMPO INTEGRAL



Estado da Bahia

SECRETARIA
DA EDUCAÇÃO

GOVERNADOR DO ESTADO DA BAHIA

Jerônimo Rodrigues

VICE-GOVERNADOR DO ESTADO DA BAHIA

Geraldo Júnior

SECRETÁRIA DA EDUCAÇÃO

Rowenna dos Santos Brito

CHEFE DE GABINETE

Luciana Menezes Silva

SUPERINTENDENTE DE POLÍTICAS PARA A EDUCAÇÃO BÁSICA - SUPED

Helaine Pereira de Souza

DIRETORIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DA APRENDIZAGEM - DIPLAN**DIRETOR DE EXECUÇÃO DE POLÍTICAS PARA A EDUCAÇÃO BÁSICA - DIEx**

Fabio Fernandes Barbosa

**DIRETORA DE EDUCAÇÃO DOS POVOS E COMUNIDADES
TRADICIONAIS - DEP**

Poliana Nascimento dos Reis

COORDENADORA DE EDUCAÇÃO INTEGRAL - CEDI

Nájila da Silva Lopes

EQUIPE DE ELABORAÇÃO:

Ana Maria das Virgens Trigo
Camila Helena Santos de Almeida
Edivânia Oliveira Bezerra Pontes
Elton Bernardo Santos da Silva
Fábio Roberto da Silva
Henrique de Jesus Goncalves
Kiara Kawany Medeiros de Souza
Maria Luíza Fiuza Pereira
Nájila da Silva Lopes
Patrícia Nascimento do Espírito Santo
Paulo Anselmo Dantas de Oliveira
Raquel Pereira de Freitas
Will Bruno Carvalho de Oliveira

DIAGRAMAÇÃO:

Elton Bernardo Santos da Silva
Nájila da Silva Lopes

1. Apresentação e Introdução.....	03
2. Conceitos Fundamentais.....	04
3. Atores e Responsabilidades.....	06
4. Diagnóstico da Realidade Escolar.....	10
5. Estratégias de Atração.....	11
Práticas que inspiram.....	25



1. Apresentação e Introdução

Este protocolo orienta a rede estadual na **criação e implementação de estratégias integradas de atração, acolhimento e permanência** de estudantes na escola em tempo integral. Sua finalidade é apoiar as equipes na organização de práticas, definição de responsabilidades e desenvolvimento de ações concretas que reduzam a infrequência, o abandono e a evasão, garantindo o direito à educação e fortalecendo o vínculo dos estudantes com a escola.

O material foi elaborado para uso articulado entre as diferentes instâncias da rede, considerando o papel de cada uma:

- **Secretaria Estadual de Educação (SEC):** formula e coordena diretrizes, políticas e campanhas institucionais de mobilização.
- **Núcleos Territoriais de Educação (NTE):** acompanham, mobilizam e articulam as escolas do território, promovendo orientação técnica e favorecendo o compartilhamento de práticas.
- **Escolas:** planejam e executam ações de engajamento, acolhimento e busca ativa com estudantes, famílias e comunidades.



O protocolo pode subsidiar o planejamento anual, o monitoramento de indicadores e a realização de campanhas em parceria com outros setores governamentais e comunitários.



2. Conceitos Fundamentais

Para garantir coerência e alinhamento das ações, é essencial compreender de forma uniforme os conceitos utilizados.



Atração: Conjunto de estratégias voltadas a estimular o ingresso de novos estudantes ou o retorno daqueles que migraram de turno ou rede. Inclui mobilização das famílias, fortalecimento da imagem da escola e valorização da prática pedagógica definida no DCRB.

Permanência: Ações que consolidam o vínculo do estudante com a instituição e previnem o distanciamento, considerando os aspectos pedagógicos, relacionais, sociais, emocionais, físicos, intelectuais e culturais.



Infrequência: Quando o estudante apresenta faltas recorrentes e presença irregular. É o primeiro sinal de ruptura e pode levar à reprovação, abandono ou evasão se não houver intervenção oportuna.

Abandono: Ocorre quando o estudante deixa de frequentar a escola ao longo do ano letivo, sem comunicação formal de desistência, permanecendo matriculado, mas sem participação efetiva.

Evasão: Configura-se quando o estudante se desliga da escola e não retorna até o fim do ano letivo, ficando oficialmente fora do sistema educacional.



Atenção

Embora muitas redes usem os termos **abandono** e **evasão** como termos semelhantes, neste protocolo a distinção é intencional:

o **abandono** representa uma etapa anterior e ainda reversível;

a **evasão** indica um desligamento consolidado, com maior dificuldade de reversão.

O enfrentamento à infrequência, ao abandono e à evasão é uma responsabilidade compartilhada da rede, não apenas do estudante ou de sua família.

O planejamento das ações deve se apoiar em dados qualificados sobre matrícula, fluxo escolar, aprendizagem e vulnerabilidades do território.

As escolas, NTEs e a SEC podem acessar informações em bases como:

- [Censo Escolar/INEP](#)
- [Qedu](#)
- [Indicador de Nível Socioeconômico \(INSE\)](#)
- [Observatório da Educação Integral/UFBA](#)
- [Boletim Escolar da Gestão da Aprendizagem*](#)



Mais do que um documento operacional, o protocolo é um instrumento de mobilização e corresponsabilidade, fortalecendo a permanência com qualidade e assegurando que cada estudante tenha condições concretas de se manter, aprender e concluir sua trajetória escolar.



3. Atores e Responsabilidades

A efetivação do Protocolo de Atração depende da atuação articulada entre os diferentes níveis de gestão e pode ser compreendido em três níveis interligados:

- mobilização institucional (SEC)
- articulação territorial (NTE)
- ação local (escola e comunidade)

cada um com responsabilidades e frentes de atuação específicas mas que exercem funções complementares e interdependentes que asseguram coerência, continuidade e acompanhamento permanente das ações.

A seguir são apresentadas as principais responsabilidades de cada um desses atores.

Papel da SEC

A Secretaria Estadual de Educação é responsável por dar visibilidade pública e institucional à proposta da escola em tempo integral, fortalecendo o posicionamento da política educacional e inspirando confiança na comunidade escolar.



Principais ações:

- **Planejar diretrizes e metas relacionadas à matrículas:** Definir metas claras de matrícula e rematricula para toda a rede, alinhadas às projeções de demanda e ao crescimento esperado das escolas integrais
- **Disponibilizar orientações pedagógicas e operacionais:** Produzir e atualizar documentos orientadores que apoiem as escolas no processo de matrícula
- **Campanhas de comunicação institucional:** Elaborar peças, vídeos e conteúdos que apresentem o tempo integral como uma oportunidade de desenvolvimento integral, com ênfase em protagonismo juvenil, aprendizagem e projeto de vida.
 - Canais: redes sociais oficiais, site da secretaria, imprensa, rádio e TV públicas, e parcerias com veículos locais.
- **Criação de identidade visual e mensagens unificadas:** Garantir que todas as escolas que ofertam ensino integral utilizem a mesma linguagem, logotipo e tom de comunicação, reforçando a imagem de uma rede integrada e coerente.
 - Oferecer materiais de orientação (modelos de posts, cartazes, roteiros de fala, spots de rádio, sugestões de legendas e hashtags) para que NTEs e escolas consigam replicar as campanhas com qualidade e autonomia.
- **Mobilização de atores estratégicos:** Firmar parcerias institucionais com prefeituras municipais, realizando a pactuação ou repactuação com a BAE (**Busca Ativa Escolar**) e programas de transferência de renda (bolsa família, pé-de-meia, bolsa presença e/ou programas municipais); secretarias municipais de educação, fazendo uma ponte entre os anos finais do ensino fundamental e o ensino médio em tempo integral; conselhos tutelares; CRAS (Centro de Referência e Assistência Social); universidades; associações comunitárias e empresas locais para fortalecer as campanhas regionais de matrícula e rematricula.

Papel do NTE

O Núcleo Territorial de Educação é o elo operacional entre a Secretaria e as escolas. Sua função é garantir que as orientações estaduais sejam contextualizadas, articuladas e aplicadas de acordo com as características e demandas de cada território.



Principais ações do NTE:

- **Articulação e apoio às escolas:** Mobilizar gestores escolares e coordenadores pedagógicos para planejar campanhas locais, adaptando o material institucional à realidade do território.
- **Promoção de encontros de boas práticas:** Realizar reuniões e fóruns de compartilhamento entre escolas do território para troca de experiências sobre estratégias de atração, uso das redes sociais e parcerias comunitárias.
- **Interlocução com parceiros locais:** Estabelecer diálogo com prefeituras, rádios comunitárias, associações de bairro e igrejas, articulando o apoio a campanhas de divulgação e eventos escolares.
- **Acompanhamento de resultados:** Monitorar indicadores de rematricula, matrícula, evasão e rematricula, identificando escolas que necessitam de apoio adicional em suas ações de comunicação ou mobilização.

Papel da Escola

A escola é o ponto de encontro entre a política e a comunidade, e sua comunicação precisa refletir acolhimento, pertencimento e oportunidades. O foco é traduzir o modelo integral em experiências concretas e inspiradoras.



Principais ações da Escola:

- **Facilitar o processo de matrícula e rematricula:** Organizar um fluxo simples, ágil e acolhedor para estudantes e famílias, com horários ampliados, equipe dedicada e comunicação clara sobre documentos e prazos. A escola deve disponibilizar pontos de atendimento acessíveis, oferecer apoio para preenchimento de formulários e garantir que nenhum estudante deixe de se matricular por falta de informação ou orientação.

- **Divulgação dos diferenciais da escola integral:** Utilizar redes sociais, murais, rádio escolar e parcerias locais para divulgar oficinas, projetos, eventos, feiras, resultados e histórias de sucesso dos estudantes. Exemplos: vídeos curtos com depoimentos de estudantes, publicações sobre oficinas e conquistas, cards sobre rotina e oportunidades do integral.
- **Relatos e histórias reais:** Incentivar estudantes e famílias a compartilharem suas experiências na escola integral. Esses testemunhos fortalecem a credibilidade e despertam identificação em potenciais novos alunos.
- **Parcerias locais:** Convidar lideranças comunitárias, igrejas, associações e representantes municipais para participar de eventos e apoiar a divulgação das campanhas.
- **Comunicação direta com famílias:** Criar grupos de mensagens, murais informativos e pontos de atendimento acessíveis para orientar sobre prazos, documentos e processos de matrícula e rematricula.
- **Busca ativa preventiva:** Identificar e contatar estudantes com risco de evasão ou infrequência, comunicando-se com antecedência com a família e oferecendo apoio pedagógico e emocional, antes que o afastamento se consolide.
 - Possíveis motivos de abandono e evasão escolar: Necessidade de trabalhar; Desinteresse/Falta de motivação, vinculado ao currículo descontextualizado com o projeto de vida do estudante; Gravidez na adolescência; Afazeres domésticos; Falta de apoio familiar e instabilidade emocional/Saúde Mental; Neurodivergência; Dificuldades de aprendizado e reprovação (distorção idade-série); Bullying e Violência Escolar; Falta de Acolhimento;



**Como a sua escola atua ou pode atuar
para enfrentar essas dificuldades?
Pense nisso como um diferencial para
o planejamento da campanha de
matrícula e rematricula**

Ao longo deste material, aprofundaremos as estratégias que fortalecem a atração de matrículas para o ensino integral. Serão apresentadas recomendações práticas e ações estruturantes que podem ser adotadas por escolas, NTEs e pela Secretaria para ampliar o alcance da política, fortalecer o vínculo com a comunidade e apoiar a expansão do número de estudantes matriculados.



4. Diagnóstico da Realidade Escolar

Antes de planejar ações de atração e permanência, é essencial que a equipe escolar conheça seu contexto. Preencha o quadro a seguir com os dados mais recentes disponíveis nos sistemas da rede.

Dimensão	Pergunta Orientadora	Dado/Resposta da Escola	Fonte de Consulta
Desempenho	Qual é o IDEB da escola (última edição)?		INEP/Qedu
	Quais foram os resultados do SABE (última edição)?		
Perfil da Matrícula	Qual é o número total de estudantes matriculados no integral?		Sistema de Gestão Escolar
	Quantas turmas integrais estão em funcionamento?		Sistema de Gestão Escolar
	Quantos novos ingressos o integral recebeu no último ano?		Sistema de Gestão Escolar / Secretaria



5. Estratégias de Atração

As estratégias de atração devem ser contínuas, combinando comunicação eficiente, engajamento comunitário e escuta ativa. A seguir, cada eixo é apresentado com orientações operacionais para implementação.

Mobilização e Sensibilização

A comunicação deve ser planejada como ação estratégica e contínua, não pontual, de forma geral as estratégias de comunicação podem contar com os seguintes recursos

Redes sociais da escola ou da rede:

Criar publicações periódicas com linguagem acessível e visual atrativo. Priorizar conteúdos que mostrem:

- oficinas e atividades diferenciadas do tempo integral;
- projetos desenvolvidos por estudantes;
- resultados alcançados (aprendizagem, premiações, participação em eventos);
- oportunidades de protagonismo juvenil.

Relatos de estudantes e famílias:

Registrar e divulgar depoimentos em vídeo, áudio ou texto, reforçando pertencimento, acolhimento, crescimento pessoal e expectativas para o futuro. Esses relatos podem ser publicados nas redes sociais ou apresentados em reuniões de pais e comunidades.

Campanhas de sensibilização:

Organizar ciclos de divulgação em momentos-chave, como início de ano, pré-rematricula e virada de semestre. Produzir materiais simples (cards digitais, cartazes, anúncios publicitários de rádio comunitária) que reforcem os diferenciais da escola integral.

Parcerias institucionais:

Estabelecer contato com associações de moradores, igrejas, coletivos culturais, conselhos tutelares, prefeituras e ONGs para ampliar o alcance das mensagens. Essas parcerias podem incluir divulgação de vagas, participação em eventos locais e apoio em divulgação boca a boca.

Ciclo de Comunicação para Atração de Matrículas

Etapa	Ação	Nível Responsável	Objetivo
1	Lançamento da Campanha Estadual	SEC	Apresentar o conceito e materiais oficiais da campanha
2	Adaptação Territorial	NTE	Contextualizar mensagens e planejar ações conjuntas com as escolas
3	Implementação Local	Escola	Realizar visitas guiadas, postagens, eventos e ações com parceiros
4	Monitoramento e Ajustes	NTE + Escola	Avaliar alcance, engajamento e resultados de matrícula
5	Compartilhamento de Boas Práticas	NTE + SEC	Registrar experiências e produzir materiais de referência

Para cada uma dessas ferramentas de comunicação uma abordagem eficiente pode ser adotada: **trazer na narrativa a voz dos próprios estudantes**. Seus relatos sobre as experiências nas turmas integrais e suas percepções sobre as oficinas são a prova viva do impacto do projeto. **A sugestão é incluir relatos representativos valorizando a jornada única de cada jovem.**



Essa estratégia é crucial porque **as gerações atuais não respondem mais à publicidade tradicional**. Em vez de comerciais, músicas ou outdoors, **os jovens são movidos pelo marketing de influência**, valorizando a opinião de seus pares que são expostas nas redes sociais como instagram e tik tok. Usar a voz dos estudantes não apenas humaniza a comunicação, mas também a torna autêntica e atrativa, incentivando novos alunos a aspirar a um caminho semelhante.



Que tal trazer a Agência de Notícias da sua escola como uma amplificadora dessa voz?

Proposta de ação

Para fortalecer ainda mais a mobilização e ampliar o alcance das mensagens da escola, algumas ações estruturadas podem ser desenvolvidas de forma complementar. Projetos mais robustos, como comitês de comunicação, produção de conteúdos pelos estudantes e eventos integrados, tornam a estratégia mais consistente e aumentam o potencial de expansão das matrículas. A seguir, são apresentadas propostas práticas que podem ser incorporadas ao planejamento anual.

Proposta A



Objetivo:

Estruturar uma equipe multidisciplinar que promova ativamente a imagem e os valores da escola e garanta que a comunicação interna e externa seja clara, coesa e inspiradora, utilizando a perspectiva autêntica dos estudantes.

Estrutura do Comitê e Clube de Mídia



Composição: Formado por estudantes (Clube de Mídia da Escola) (maioria, com perfil criativo e engajado), 1 Coordenador Pedagógico (para alinhamento), 1 Professor de Linguagens (para suporte técnico de texto) e 1 Gestor.

Frequência: Reuniões com periodicidade mínima quinzenal para planejamento e brainstorming.



Atribuições: Produzir o calendário de conteúdo digital, gerenciar as redes sociais e murais da escola, cobrir eventos e garantir que as mensagens-chave sejam aplicadas em todos os materiais.

Fase 1: Definição Estratégica



Público: Realizar uma pesquisa ou workshop para definir os principais públicos (ex: Estudante Atual, Família do Estudante, Potencial Aluno/Família, Comunidade Externa) e suas necessidades/interesses específicos.



Mensagens-Chave: Desenvolver três a cinco mensagens centrais e perenes que capturem a essência da escola, seu diferencial e seu projeto pedagógico (ex: "Escola [Nome ou apelido] – Onde a Inovação Encontra o Propósito"; "Foco no Projeto de Vida e na Autonomia do Aluno"). Estas devem ser curtas e impactantes.



Tom de Voz: Definir se a comunicação será formal, descontraída, inspiradora ou técnica, garantindo a consistência em

Fase 2: Ação e Produção (com Estudantes)

Conteúdo Autêntico: Os estudantes do Comitê/Clube de Protagonismo serão os principais produtores de conteúdo. Eles criam stories, vídeos curtos e fazem entrevistas, cobrem os principais eventos da escola, trazendo uma voz que ressoa melhor com seus colegas.



Alinhamento com o Plano: Garantir que o conteúdo produzido (ex: postagens, vídeos, comunicados) sempre reforce as mensagens-chave definidas e divulgue as ações estratégicas da escola (ex: sucesso nas aulas de recuperação, uso do aplicativo de infrequência).



Cobertura de Indicadores: Transformar os dados do Painel de Gestão à Vista em comunicados simples e motivadores para mostrar o progresso da escola.





Recursos Chave

Manual de Marca/Comunicação da Escola (simples, com logo, cores e tom de voz), Ferramentas de edição de foto e vídeo (para celular), Material de brainstorming, Calendário Escolar.

Proposta B



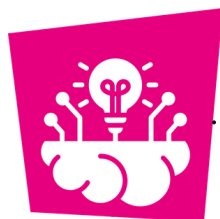
Objetivo:

Romper o isolamento institucional da escola, posicionando-a como um centro de irradiação cultural e de saberes na comunidade. A meta é fortalecer a rede de apoio, valorizar os talentos estudantis e envolver ativamente pais e parceiros no processo educativo.

Estratégias de Eventos

Mostras Artísticas e Culturais:

Criação de um evento focado nas expressões (Música, Teatro, Dança, Artes Visuais, Literatura), servindo como culminância dos projetos da área de Linguagens e com o tema alinhado às Mensagens-Chave da Escola.



Feira de Conhecimento e Inovação: Evento anual ou semestral para apresentação de projetos de pesquisa, trabalhos de campo e protótipos desenvolvidos nas disciplinas, com bancas de avaliação formadas por parceiros externos (ex: universidades, empresas locais).



Gincanas Pedagógicas Comunitárias:

Realizar gincanas que, além de envolver os estudantes, incluam tarefas que exijam a participação de famílias e moradores do bairro, com foco em temas cívicos, ambientais ou de saúde.

Envolvimento Comunitário (Rodas de Conversa)



Parceria com Terceiros: Convidar especialistas externos, ex-alunos notáveis, e representantes de instituições (saúde, segurança, universidades) para ministrar palestras e rodas de conversa abertas à comunidade (ex: Empreendedorismo, Profissões do Futuro, Saúde Mental).



Participação da Família: Estabelecer um calendário de rodas de conversa com foco nos pais e responsáveis sobre temas relevantes (ex: "Como Acompanhar a Aprendizagem do Meu Filho", "Uso Consciente de Tecnologia").

Operacionalização



Comitê de Eventos: O Comitê de Marketing e Comunicação deve coordenar a agenda anual de eventos, definindo temas, datas e responsáveis.



Divulgação Integrada: Utilizar o Painel de Gestão à Vista para mostrar a evolução dos preparativos e o Comitê de Marketing para realizar a divulgação massiva (mídias digitais e murais físicos).



Avaliação Pós-Evento: Realizar uma pesquisa de satisfação simples com os participantes e parceiros para coletar feedback e indicadores de engajamento que justifiquem o investimento nos próximos ciclos.



Recursos Chave

Cronograma de Eventos Anual, Termo de Parceria e Colaboração para convite de especialistas, Kits de Divulgação (cartazes, banners, posts digitais).

Escola como Parte da Comunidade

A escola deve se colocar como espaço de convivência, formação e diálogo permanente com o território. Para fortalecer essa integração é possível realizar:



Proposta de ação

Além das ações contínuas de aproximação da comunidade, **a escola pode avançar com iniciativas mais estruturadas que reforçam seu papel como espaço de convivência e aprendizagem do território.** A seguir é proposta a realização de um dia D como ação estratégica de expansão de matrículas para o ensino integral.

Proposta



Objetivo:

Criar um ponto de virada na campanha de matrícula, concentrando a atenção da comunidade em um único dia para maximizar a conversão de interesse em matrícula efetiva e fortalecer o relacionamento com as famílias rematriculadas.

Planejamento e Execução

O "**Dia D**" deve oferecer um dia de acolhimento aos pais e responsáveis para que eles se conectem a escola, equipe gestora e funcionários (ex: Acolhimento Inicial, Kit de boas-vindas completo, escuta ativa com a gestão e equipe).



Roteiro de Experiência (Visita Guiada): Estruturar uma visita guiada com horários definidos, onde os estudantes Jovens Protagonistas atuam como guias. O roteiro deve obrigatoriamente passar por: i) Laboratórios/Áreas de Inovação, ii) Apresentação dos Projetos de Vida, e iii) O Painel de Gestão à Vista, para mostrar o foco em resultados.

Engajamento dos Parceiros: Convidar os Parceiros Externos para estarem presentes (ex: stand de uma ONG, presença de um representante da Prefeitura ou de uma universidade) para legitimar a mensagem da escola e mostrar a amplitude da rede de apoio.





Equipe Multidisciplinar: Mobilizar toda a equipe escolar para o atendimento, inclusive professores, para que os pais possam conversar brevemente com o futuro professor ou coordenador da série/turma do aluno.

Facilidade de Matrícula: Garantir que o processo de matrícula (e rematrícula) seja o mais rápido e menos burocrático possível no local (com equipe de apoio para digitalização de documentos e preenchimento de formulários).



Facilitação da Matrícula e Rematrícula

Informação clara e antecipada: Divulgar prazos, exigências documentais e procedimentos com antecedência via redes sociais, murais da escola, rádio comunitária e mensagens para famílias.



Apoio ativo às famílias: Criar pontos de apoio na escola ou junto aos parceiros para auxiliar com emissão de documentos, preenchimento de formulários ou transporte quando necessário.



Acolhimento no ato da matrícula: Transformar o momento da matrícula em espaço de integração, com escuta das necessidades do estudante, conversa clara sobre a rotina do integral e principais potencialidades e benefícios, apresentação dos ambientes e atividades.



Comunicação Pré e Pós-Dia D



Pré-Dia D: Utilizar todas as mídias (Clube de Mídias e Jovens Protagonistas) para criar uma contagem regressiva e gerar senso de urgência. Enviar convites personalizados para os pais que já demonstraram interesse.



Pós-Dia D: O Comitê de Marketing/Clube de Mídias deve publicar o registro fotográfico e vídeos do evento (depoimentos de pais e alunos no dia), reforçando o sucesso e o senso de comunidade da escola.



Recursos Chave

Equipe de Atendimento treinada em "encantamento" e fechamento, Roteiro de Visita Guiada Padronizado, Formulários de Matrícula Simplificados.

Parcerias e Rede de Apoio

A comunicação ganha força quando a escola e o NTE ativam uma rede de apoio local. Os parceiros externos ajudam a ampliar o alcance das mensagens e legitimar o discurso sobre a importância do tempo integral.

Possíveis parceiros e suas contribuições:

apoio em materiais de campanha e incentivos simbólicos (doação de brindes, espaços de divulgação);

Proposta de ação

O fortalecimento das parcerias exige iniciativas mais estratégicas que consolidem a rede de apoio e ampliem o alcance da comunicação. Projetos estruturados permitem envolver prefeitura, organizações locais e líderes comunitários de forma contínua e qualificada, potencializando a atração e permanência de estudantes. A seguir, são apresentadas propostas que aprofundam essa articulação.

Proposta



Objetivo:

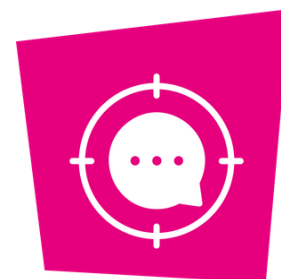
Estabelecer um Ecossistema Formal e Engajado de Parcerias para ampliar o alcance e a legitimidade da mensagem da escola, angariando recursos, oportunidades e apoio logístico para o projeto de tempo integral.

Operacionalização

01	Mapeamento Estratégico: Elaborar uma lista de potenciais parceiros com base no alinhamento de valores e capacidade de contribuição (ex: empresas/lojistas locais, ONGs culturais para oficinas, líderes religiosos para alcance familiar).
02	Proposta de Valor: Desenvolver uma apresentação curta Institucional padronizado, claro e sucinto, que detalhe: i) Os desafios da escola, ii) O impacto do tempo integral, e iii) A forma específica de colaboração solicitada (ex: oferta de estágios, cessão de espaço, apoio na comunicação, participação em Feiras de Conhecimento).
03	Termos de Colaboração: Formalizar cada parceria com um Termo de Cooperação (ou Convênio) simples, mas objetivo, que defina o papel, o prazo e o indicador de sucesso para ambos os lados, garantindo o compromisso e a transparência.
04	Embaixadores da Educação: Capacitar os parceiros para serem "Embaixadores da Educação em Tempo Integral". Eles devem utilizar seus próprios canais de comunicação (reuniões, cultos, redes sociais corporativas) para endossar e replicar as Mensagens-Chave da Escola, validando o discurso da escola perante a comunidade.
05	Prestação de Contas e Reconhecimento: Realizar um evento anual de reconhecimento aos parceiros e enviar-lhes relatórios periódicos (utilizando dados do Painel de Indicadores e sempre "marcando" como cooperadores nas redes sociais) que demonstrem como o apoio deles resultou em melhorias no aprendizado e na frequência dos estudantes.

Foco na Mensagem

Garantir que os parceiros externos sejam munidos de dados factuais sobre o sucesso do tempo integral na escola, transformando-os em porta-vozes críveis da importância da permanência do aluno no ambiente escolar.



Recursos Chave

Cadastro de Parceiros com Contatos Chave, Modelo de Convite/Apresentação, Modelo de Termo de Cooperação, Certificado ou Placa de Reconhecimento Anual.

Práticas que inspiram

Abaixo reunimos algumas experiências inspiradoras que fortalecem e ampliam o alcance da oferta de ensino em tempo integral.



EducAção: Vivências e Impactos da Educação Integral em Tempo Integral de Petrolina-PE

Município: PETROLINA UF: PE

EducAção: Vivências e Impactos da Educação Integral em Tempo Integral de Petrolina-PE – Educação Integral

A política local de Educação Integral, implantada em 2021, impulsionou a experiência "EducAção", ampliando a oferta de Tempo Integral com foco no desenvolvimento integral dos estudantes. Suas ações envolveram expansão da infraestrutura, reorganização dos tempos e espaços e fortalecimento das práticas pedagógicas alinhadas ao projeto de vida. **Como resultado, a rede registrou aumento significativo de matrículas e melhorias em indicadores como Ideb, alfabetização e aprovação**



Desafios para Implantação da Educação em Tempo Integral

Município: FLEXEIRAS UF: AL

Desafios para Implantação da Educação em Tempo Integral – Educação Integral A experiência, iniciada em 2024, busca cumprir a Meta 6 do PNE ao ampliar matrículas em Tempo Integral na rede municipal de Flexeiras (AL). A iniciativa se apoia em parcerias intersetoriais que ofertam atividades culturais, esportivas e formativas diversificadas. Seus resultados incluem **maior interesse e satisfação dos estudantes, redução da infrequência e fortalecimento da relação entre escola e comunidade.**



Uma Escola para Novos Tempos...

Município: BACABAL UF: MA

Uma Escola para Novos Tempos... – Educação Integral  Implantada em 2024 na Unidade Emília Alves de Sousa em Bacabal (MA), a experiência narra o percurso da escola na oferta de educação em tempo integral. Suas ações incluem disciplinas diversificadas, atividades extracurriculares e acompanhamento contínuo da rotina escolar. Como resultados, observam-se **melhorias no desempenho, redução de reprovação e distorção idade-série, além do aumento na procura por matrículas.**



Para mais experiências, acesse o site:
Mapa de Experiências - Educação Integral



Estado da Bahia

**SECRETARIA
DA EDUCAÇÃO**