



ICEP

INSTITUTO CHAPADA
DE EDUCAÇÃO E PESQUISA

*Lendo o Mundo
para Escrever a Vida*

Plano de
Comunicação
2022-2024



PERCURSO

1. Apresentação

Instituto Chapada: mudanças e novos caminhos.....	03
O que nos espera: esperanças e desafios pós pandemia.....	04

2. Conceitos e premissas da comunicação

O cenário da comunicação organizacional.....	05
O que fazemos: atividades da comunicação.....	07
O que fazemos: produtos e serviços.....	08

3. Análise da comunicação vigente

Forças e oportunidades da comunicação.....	09
Dificuldades e desafios da comunicação.....	10

4. Objetivos e estratégias

Comunicação para a causa e posicionamento institucional	11
Fortalecimento institucional - Somente juntos é possível.....	13

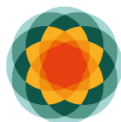
5. Plano de melhoria

O que precisamos fazer.....	15
-----------------------------	----

6. Plano de ação

Como vamos chegar - caminhos traçados.....	19
--	----

Considerações Finais	20
----------------------------	----



ICEP
INSTITUTO
CHAPADA DE
EDUCAÇÃO E
PESQUISA

www.institutochapada.org.br

institutochapada@institutochapada.org.br

CNPJ 08.542.264/0001-89

1. Apresentação

Instituto Chapada: mudanças e novos caminhos

O Instituto Chapada de Educação e Pesquisa (Icep) é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) que há mais de 20 anos vem promovendo uma transformação na educação, trazendo como resultados a melhoria das aprendizagens dos estudantes. A atuação do Icep é baseada em três pilares: a formação continuada de educadores e gestores das redes de ensino, a produção de conhecimento sobre as práticas desenvolvidas e a mobilização sociopolítica.

A sua tecnologia social *“Territórios Colaborativos Pela Educação”*, envolve os profissionais da educação, gestores públicos e parceiros privados – além de representantes da sociedade civil, familiares e estudantes, na busca pelas mudanças desejadas. O Icep tem o compromisso de promover a transformação da realidade local e tem como premissa atuar em colaboração com a rede de ensino, qualificando os profissionais e gestores locais, melhorando os indicadores educacionais e trazendo uma repercussão positiva para a imagem da gestão pública.

Nos últimos anos o Icep vem realizando um processo de reestruturação e mudanças em sua gestão. Com novo Estatuto Social, aprovado em 2021, reformulou a estrutura de governança, substituindo a posição de Presidente por um Conselho Diretor, composto por três diretorias: de Relações Institucionais, Pedagógica e Executiva, que passaram a fazer uma gestão compartilhada da organização.

Em 2022 foi elaborado o novo Planejamento Estratégico, que traçou os propósitos, objetivos e estratégias organizacionais para o triênio 2022 a 2024. O Planejamento, elaborado de forma coletiva e colaborativa pelos diversos representantes da organização - como colaboradores, associados, conselheiros, formadores e especialistas - permitiu a escuta desses públicos sobre as dimensões de atuação do Instituto: Pedagógica, Mobilização Sociopolítica, Desenvolvimento Institucional, Recursos, Governança e Comunicação.

O Icep também redefiniu como sua missão *“Fomentar a implementação de políticas públicas de formação continuada em territórios colaborativos, aliada à mobilização sociopolítica e à produção de conhecimento, visando a garantia da aprendizagem de estudantes da Educação Infantil e do Ensino Fundamental”*, tendo como visão tornar a *“Educação Pública reconhecida como direito essencial para a formação de sujeitos plenamente alfabetizados, comprometidos com a paz, a democracia e a justiça social”*. Todas as áreas definiram seus objetivos, estratégias e ações a partir desse propósito.

MISSÃO

“Fomentar a implementação de políticas públicas de formação continuada em territórios colaborativos, aliada à mobilização sociopolítica e à produção de conhecimento, visando a garantia da aprendizagem de estudantes da Educação Infantil e do Ensino Fundamental.”

VISÃO

“Ver a Educação Pública reconhecida como direito essencial para a formação de sujeitos plenamente alfabetizados, comprometidos com a paz, a democracia e a justiça social.”

Diante do novo posicionamento institucional, o objetivo traçado no planejamento estratégico, para a dimensão da Comunicação, visa apoiar o instituto na realização da sua missão: *“Fortalecer e ampliar a comunicação organizacional, contribuindo para tornar o Icep referência nacional em formação continuada, alfabetização e fomento ao desenvolvimento de territórios colaborativos”*. Este objetivo pretende dar foco ao Icep como uma referência político-pedagógica no campo da Educação no país, em suas temáticas prioritárias (alfabetização, formação continuada, garantia do direito à aprendizagem) levando a um maior engajamento sociopolítico para promover incidência nas políticas públicas da área em vista da sua visão institucional.

O que nos espera: esperanças e desafios pós pandemia

Além das mudanças de governança e reestruturação internas, o Icep também é impactado frente aos cenários externos, como os desafios do período pós pandemia. No campo da Educação, diversos estudos apontam problemas nas aprendizagens e na alfabetização de crianças, que sofreram mais prejuízos do que os adolescentes e jovens durante o período de escolas fechadas e ensino remoto. Apesar de ser um desafio histórico no país, o número de crianças não alfabetizadas se acentuou com o longo período de fechamento das escolas devido à pandemia de covid-19.

Nesse contexto, o cenário político no país encontra-se em um momento propício para a ampliação do debate sobre a melhoria da Educação e a recuperação das aprendizagens. Há também sinalizações positivas para o fortalecimento e expansão das políticas públicas de Educação. O Ministério da Educação aponta para a construção de uma nova política de Educação e Alfabetização, promovendo uma escuta de setores da sociedade para a formulação das diretrizes de uma política nacional de alfabetização, sinalizada como prioridade pelo atual presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e pelo ministro da Educação, Camilo Santana.

Na configuração do novo governo, observamos indicativos de investimentos em políticas públicas de formação continuada e fortalecimento da Educação Básica. A líder pioneira do Icep, Cybele Amado, assumiu a Diretoria de Formação Docente e Valorização dos Profissionais da Educação (Difor), da Secretaria de Educação Básica (SEB), órgão do Ministério da Educação (MEC) que atua na formulação de políticas de formação continuada para a educação infantil, o ensino fundamental e o ensino médio.

Além disso, a atuação em colaboração entre os entes federados é um debate cada vez mais em evidência. O Icep é reconhecido como organização pioneira no fomento aos Arranjos de Desenvolvimento pela Educação (ADE), quando, no seu início, reuniu municípios da Chapada Diamantina em uma atuação conjunta que trouxe melhorias efetivas para a Educação do território. Atualmente, o Instituto integra a Rede de Colaboração pela Educação, que reúne iniciativas de colaboração em Educação de todo o país, além de atuar em parceria técnica com quatro ADEs: dois na Bahia e dois no Piauí.

O Icep também passou a integrar a Rede Latino-americana de Alfabetização, iniciativa da educadora Emilia Ferreiro nos anos 90, que foi retomada com o propósito de ampliar e atualizar o debate sobre os desafios da alfabetização na América Latina, reunindo grandes nomes da educação na região. A atual presidente da Rede é a professora Giovana Zen, integrante

voluntária da assembleia geral do Icep. Bete Monteiro, diretora pedagógica do Icep, assume a vice-coordenação dos núcleos regionais.

Com uma atuação longínqua e resultados efetivos na melhoria da educação, especialmente no campo da Alfabetização, o Icep se destaca como uma organização que pode colaborar efetivamente com as mudanças necessárias para melhoria e recuperação das aprendizagens, além da sua larga experiência na atuação e fomento de territórios colaborativos, promovendo o diálogo entre agentes públicos, o setor privado e as universidades.

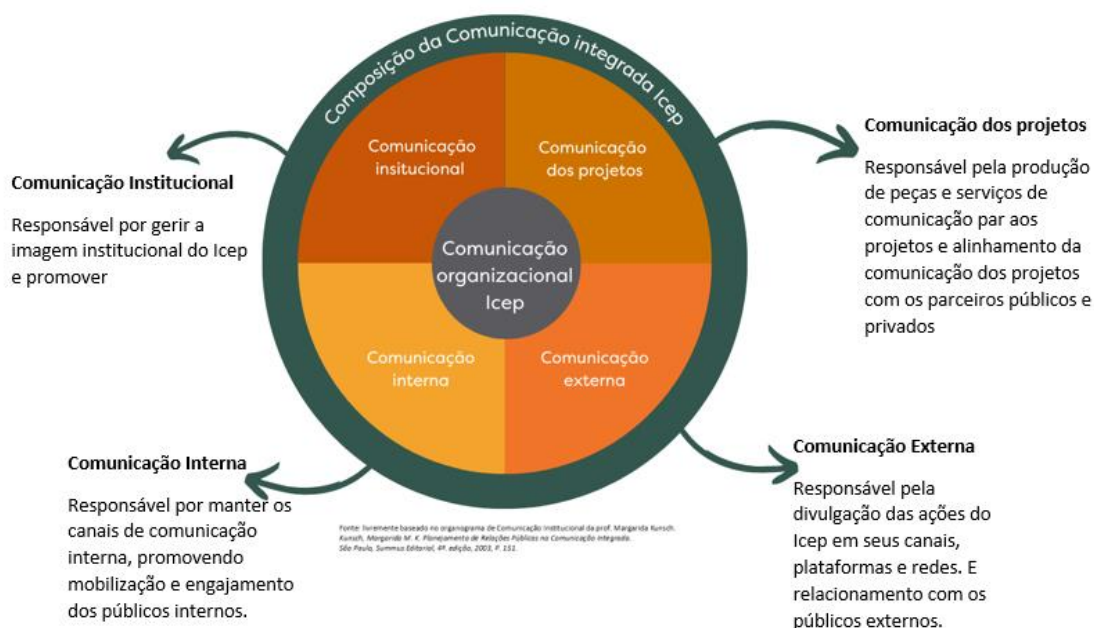
2. Conceitos e premissas da comunicação

O Cenário da Comunicação Organizacional

A **área da Comunicação** atende toda a estrutura organizacional do Icep, formada pelas instâncias da assembleia, conselhos (diretor, consultivo e fiscal), áreas administrativa, pedagógica e de relacionamento institucional. Desta forma, dividimos a comunicação organizacional em quatro grandes áreas: a “comunicação institucional”, a “comunicação externa”, a “comunicação interna” e o que chamamos de “comunicação dos projetos”, que atende diretamente às ações mais específicas de cada projeto.

1. A **comunicação institucional** visa o fortalecimento e manutenção da imagem institucional e compreende o conjunto de ações que dizem respeito aos seus produtos de comunicação (sites, identidade visual, peças de comunicação) e relacionamento com os parceiros.
2. A **comunicação interna** diz respeito ao relacionamento da organização com os seus diversos públicos internos (colaboradores, formadores, especialistas, assembleia e prestadores de serviço) e visa promover o engajamento das equipes nas atuações do Icep.
3. A **comunicação externa** refere-se a todas as ações relacionadas aos diversos públicos externos (parceiros públicos e privados, parceiros institucionais, redes de ensino municipais), visando fortalecer o relacionamento do Icep com esses públicos, além de promover a mobilização e o engajamento dos mesmos com as atuações do Icep.
4. A **comunicação dos projetos** refere-se às ações de comunicação que estão contempladas nos projetos de cada município ou território como produção de conteúdo, peças gráficas e divulgação das ações, além do relacionamento com os parceiros públicos e privados.

Estas quatro grandes áreas compreendem a estrutura da comunicação do Icep. Embora estejam elencadas em áreas distintas, as ações são interrelacionadas e complementares e devem acontecer de maneira articulada.



As duas grandes frentes de trabalho estão na comunicação institucional e na comunicação dos projetos. No âmbito da **comunicação institucional** estão a **produção de conteúdos** institucionais como: boletins institucionais, internos e externos, conteúdo para campanhas sobre educação, impressos e audiovisuais; a **divulgação de conteúdos** sobre as temáticas prioritárias para o Icep como alfabetização, formação continuada, atuação em colaboração com municípios e territórios, mobilização sociopolítica pela educação e divulgação das pesquisas desenvolvidas nas universidades. E apoio no **relacionamento com os parceiros** e no fomento a novas parcerias.

Atualmente, o maior contingente de demandas encontra-se na **comunicação dos projetos**, que atende a todas as necessidades de comunicação previstas nos projetos dos municípios, que variam a cada ano, mas geralmente envolvem: produção de peças gráficas para as formações e eventos: cards, banners, folders, cartazes, brindes e materiais digitais. Além de conteúdos de comunicação para produtos pedagógicos como apresentações, boletins, cartilhas, vídeos e lives. Nesta área incluímos também o relacionamento com as áreas de comunicação dos parceiros públicos e privados, para alinhamento e aprovação de peças de comunicação, marcas, conteúdos e divulgações.

As áreas de comunicação interna e externa estão relacionadas a essas duas grandes áreas, sendo diferenciadas pelos seus públicos. A comunicação interna está relacionada aos públicos internos: colaboradores, prestadores de serviço, membros da assembleia e conselhos. A comunicação externa diz respeito aos públicos externos, relacionados aos projetos (integrantes das redes de ensino e parceiros) ou públicos estratégicos da organização como parceiros institucionais, potenciais financiadores, universidades, conselhos, fóruns e redes.

O que fazemos: atividades da comunicação

Comunicação Interna

- Criar e gerir fluxos de comunicação com os públicos internos;
- Gerenciar e manter canais de comunicação com os públicos internos;
- Manter atualizados os contatos dos públicos internos;
- Promover ações de comunicação interna;
- Criar e dar suporte à edição de publicações internas;
- Produzir boletim de comunicação interna;
- Promover divulgação das ações do Icep para os públicos internos;
- Gerir e-mails e grupos de e-mails institucionais;
- Criar mecanismos de mobilização e engajamento dos públicos internos;
- Dar suporte de comunicação para as demandas dos públicos internos (informações, tutoriais, e-mails, grupos de e-mails).

Comunicação Externa

- Produzir conteúdo para divulgação das ações nas diversas plataformas e redes;
- Produzir e divulgar ações do Icep para os públicos externos;
- Criar e gerir mídias sociais e eletrônicas, com produção e difusão de conteúdo;
- Produzir releases, pautas e notas de comunicação para divulgação na mídia;
- Atender a mídia e assessorias de comunicação dos parceiros públicos e privados;
- Produzir campanhas de comunicação institucional ou temas de interesse;
- Dar visibilidade para os temas prioritários e datas comemorativas;
- Elaborar, acompanhar e executar campanhas de divulgação;
- Prestar assessoria de imprensa, relacionamento com a mídia e treinamento da equipe para a intermediação com os meios (*media training*);
- Produzir e gerenciar peças gráficas;
- Elaborar e revisar material de comunicação geral ou específico;
- Criar e manter atualizado mailing de contatos externos, públicos de interesse, parceiros, organizações, empresas, universidades;
- Criar e manter atualizado mailing de mídia e assessorias de comunicação.

Comunicação Institucional

- Coordenar a área de comunicação e seus colaboradores eventuais ou efetivos;
- Estabelecer, acompanhar e executar o plano de comunicação;
- Promover posicionamento institucional do Icep em suas pautas;
- Gerir a imagem institucional do Icep;
- Divulgar eventos institucionais e outros com a participação do Icep;
- Supervisionar os contratos terceirizados para serviços do setor;
- Prestar serviços de comunicação para as áreas de gestão e administrativas;
- Produzir materiais informativos e institucionais;
- Manter uma base de informações sobre as atividades da organização, para elaboração de relatórios e apresentações institucionais.
- Monitorar mídia e clipar notícias sobre o ou temas de seu interesse;

- Gerir relacionamentos com parceiros públicos, privados e outros grupos nas demandas da comunicação;
- Produzir conteúdo sobre o Icep e sua tecnologia social para as suas páginas, site, publicações e redes sociais;
- Prospectar e tabular editais de interesse do Icep;
- Gerir a identidade visual da organização;
- Gerir site e plataformas digitais do Icep.

Comunicação dos Projetos

- Planejar comunicação para ações e eventos dos projetos;
- Acompanhar e prestar suporte de comunicação aos projetos;
- Produzir conteúdo para formações e eventos dos projetos;
- Criar conteúdos pedagógicos para ações dos projetos (roteiros, vídeos, lives).
- Produzir peças gráficas para formações e eventos dos projetos;
- Dar suporte às ações de mobilização sociopolítica dos projetos nos municípios e territórios;
- Manter e gerir relacionamentos com as áreas de comunicação dos parceiros públicos e privados;
- Fazer alinhamentos da comunicação dos projetos com os parceiros e assessorias de comunicação;
- Promover divulgação das ações dos projetos nos municípios;
- Fazer orçamentos para as demandas de comunicação dos projetos;
- Contratar e gerir equipes para produção de peças e serviços de comunicação para as demandas de comunicação e eventos dos projetos;
- Manter atualizadas as informações e dados sobre os projetos.

O que fazemos: produtos e serviços

Icep conta com produtos e serviços para cada uma de suas áreas: produtos de comunicação interna, externa, produtos específicos dos planos de trabalho dos projetos, produtos e plataformas institucionais (site e redes sociais), que são constantemente acompanhados e atualizados pela área de comunicação. Além de publicações e documentos pedagógicos digitais, impressos e audiovisuais disponíveis e gratuitos. A partir deste planejamento há propostas de ampliação e segmentação dos produtos e serviços para os diferentes públicos de acordo com as estratégias desenvolvidas.

Produtos e plataformas de Comunicação Icep		
Canais Institucionais		
Informativos	Boletim externo	Divulgação via e-mail para públicos externos
	Boletim interno	Divulgação via e-mail para públicos internos
E-mails e grupos	Institucional e comunicação	institutochapada@institutochapada.org.br comunicacao@institutochapada.org.br
Plataforma	Site	www.institutochapada.org.br
Interface online		
Redes Sociais	Facebook	Facebook.com/institutochapada
	Instagram	@institutochapada
	Youtube	Youtube.com/institutochapada
	Linkedin	Linkedin/institutochapada

Publicações gráficas		
Documentos Pedagógicos	Guias metodológicos Cadernos pedagógicos Referenciais Curriculares Manual de Identidade Visual	Disponíveis no site (publicações)
Audiovisual	Lives e vídeos pedagógicos	Disponíveis no canal do Youtube

3. Análise da comunicação vigente

Forças e Oportunidades da Comunicação

O Instituto Chapada é uma organização reconhecida e respeitada regionalmente e nacionalmente no campo da Educação por seus diversos públicos atendidos, municípios e instituições parceiras. Possui uma equipe de colaboradores, formadores e especialistas experiente e bem articulada, que atua de forma colaborativa entre os setores e na produção e disseminação de conteúdos e informações sobre o Icep, especialmente no campo pedagógico. O Icep possui uma metodologia desenvolvida e sistematizada ao longo de anos com materiais produzidos com suas equipes e parceiros, possuindo um bom acervo de conteúdos pedagógicos como publicações, lives e vídeos pedagógicos, que podem ser utilizados e reaproveitados de diferentes maneiras.

Possui também uma equipe muito integrada nas ações que realiza, em suas diversas áreas, com responsáveis por cada área/setor que trabalha de forma conjunta e complementar e com disponibilidade para colaborar com as ações de comunicação. As equipes têm muita flexibilidade e capacidade de adaptação às diversas circunstâncias e desafios impostos. Além disso, são muito proativas, colaborativas e competentes na produção e disseminação de conteúdo.

Nos últimos dois anos, em plena pandemia da covid-19, com escolas fechadas e parcerias suspensas, o Icep promoveu ações remotas abertas ao público, aumentando consideravelmente o número de seguidores nas redes sociais. Até 2019 o Icep só estava presente de forma efetiva no Facebook quando possuía um público de cerca de 4 mil seguidores. Entre 2020 e 2022, no período da pandemia, as redes sociais ganharam destaque na divulgação das ações tanto para seus públicos internos quanto externos. Atualmente o Facebook possui mais de 5 mil seguidores, o Instagram saltou de 100 para mais de 3.500 mil seguidores. O Youtube, além de repositório de vídeos, passou a transmitir lives e eventos e saltou de 90 para mais de 2.900 seguidores. E abrimos conta no LinkedIn, ampliando o relacionamento digital com os parceiros públicos e privados.

A página do Icep no Facebook foi perdendo fôlego ao longo do tempo, mas ainda guarda os seguidores mais antigos e tem maior presença do público de mais idade e com mais engajamento do público da Chapada Diamantina, local de origem do instituto. O Instagram estreitou o relacionamento com os parceiros públicos, rede em que os municípios estão mais presentes. Já o LinkedIn ampliou o relacionamento virtual com os parceiros privados que, diferente dos parceiros públicos, utilizam mais esta rede. Percebemos uma maior interação dos parceiros privados dos projetos, que passaram a compartilhar através dessa plataforma as divulgações das ações dos projetos financiados por eles.

O Youtube passou a atrair um público novo e de municípios e estados onde o Icep não atua e mesmo após as transmissões os vídeos e lives continuam sendo assistidos ao longo dos meses. Também despertou interesse dos parceiros privados que passaram a solicitar relatórios com os dados das transmissões, que muitas vezes atingem um público maior do que em eventos presenciais. Consideramos que as redes sociais têm sido um importante mecanismo de expansão, abrangência e posicionamento estratégico do Icep diante dos públicos que o acompanham.

Dificuldades e desafios da comunicação

Nos últimos anos as demandas de comunicação vêm aumentando tanto internamente quanto por parte dos parceiros, através dos projetos. Os municípios têm investido cada vez mais em equipes de comunicação qualificadas, especialmente para promover divulgação nas redes sociais, e os parceiros privados têm ficado cada vez mais exigentes com as suas marcas e divulgação. As redes sociais exigem uma alta demanda de tempo, produção, quantidade e qualidade. Podemos dizer que nos últimos anos as demandas de comunicação têm crescido exponencialmente.

Dar visibilidade para as pautas prioritárias do Icep é algo necessário para o posicionamento e fortalecimento da organização, contudo muito desafiador diante deste cenário em que é preciso atender prioritariamente às necessidades dos projetos, que têm um cronograma e metas a serem cumpridas para prestação de contas aos parceiros. As ações dos projetos acabam se tornando prioritárias diante das demandas institucionais.

A área da comunicação não possui, ainda, um orçamento específico para as ações de comunicação da organização. Em geral, os recursos disponíveis são para atender as ações dos projetos, como eventos e produtos gráficos. Por isso as ações e demandas da comunicação institucional acabam ficando em segundo plano ou não sendo realizadas. As altas demandas, com pouca possibilidade de planejamento, baixa antecipação, com prazos muito curtos e alta exigência de qualidade, são um enorme desafio para a área que conta com baixos recursos financeiros e pouco pessoal.

Um dos maiores desafios da área atualmente é o planejamento das ações, pois os projetos levam um tempo para serem aprovados e contratos assinados, o que acaba ocorrendo ao longo do primeiro semestre, deixando grande parte das ações para serem realizadas todas no segundo semestre. Isso causa um acúmulo de ações simultâneas e pouco tempo para sua realização.

Além disso, para promover uma divulgação mais estratégica sobre o projeto é imprescindível que a equipe de comunicação tenha conhecimento de todo o projeto e não apenas de uma ação específica, tendo um olhar abrangente sobre as ações, inclusive para que possa também propor soluções mais eficientes em casos de crises de imagens ou necessidades de alinhamentos com os parceiros.

Outro enorme desafio é a otimização dos recursos e das ações. Nem sempre as equipes conseguem prever quais produtos ou serviços de comunicação aquela determinada ação irá

demandar antecipadamente. Por isso, o plano de ação prevê soluções para enfrentar esses desafios, propondo que a área da comunicação possa acompanhar os projetos desde o planejamento inicial das ações, para elaborar um plano de trabalho adequado às demandas dos projetos, podendo assim fazer um planejamento prévio, visando otimizar as ações, os recursos e reduzir os custos.

4. Objetivos e estratégias da comunicação

Comunicação para a causa e posicionamento institucional

Para alcançar o objetivo de “Fortalecer e ampliar a comunicação organizacional, contribuindo para tornar o Icep referência nacional em formação continuada, alfabetização e fomento ao desenvolvimento de territórios colaborativos”, as estratégias pensadas visam posicionar o Icep como referência em suas temáticas prioritárias, através da promoção de pautas que possam comunicar a sua experiência e competências da organização em promover a melhoria das aprendizagens de estudantes da educação infantil e ensino fundamental, com ações de incidência político-pedagógica. Outra importante estratégia é investir em mídias de massa, assessoria de imprensa e difusão de conteúdos nas redes sociais para promover uma comunicação voltada para a causa e transformação social através da Educação.

Objetivo e Estratégias da Comunicação

Objetivo	“Fortalecer e ampliar a comunicação organizacional, contribuindo para tornar o Icep referência nacional em formação continuada, alfabetização e fomento ao desenvolvimento de territórios colaborativos”.			
Área	Comunicação Interna	Comunicação Externa	Comunicação Institucional	Comunicação dos Projetos
Estratégias	Fortalecer a comunicação e relacionamento com os públicos internos.	Fortalecer a comunicação e relacionamento com os públicos externos.	Produzir e distribuir conteúdos sobre os temas relacionados à Educação, nas temáticas prioritárias do Icep.	Organizar os fluxos e demandas da comunicação dos projetos.
Públicos	Colaboradores, assembleia, conselhos, formadores, especialistas.	Empresas, fundações, institutos, potenciais parceiros, financiadores e públicos de interesse na Educação.	Mídias de massa, assessoria de imprensa e redes sociais.	Coordenadoras Pedagógicas Territoriais.

Diante dos desafios e potencialidades que este cenário nos apresenta, o Instituto Chapada identificou, através do seu planejamento estratégico, que é necessário empenhar esforços conjuntos, de todas as áreas da organização, em torno de um objetivo comum: tornar o Icep referência no país em seu campo de atuação. Portanto, os objetivos e estratégias das demais áreas também apontam para a necessidade da realização de ações de comunicação. Seja para a criação de peças de comunicação para as suas demandas, criação de produtos para prospecção de novos parceiros, produtos que promovam o relacionamento com os seus públicos ou mesmo para promover ações de incidência política.

A **Dimensão Pedagógica** destaca a necessidade de marcar um posicionamento político-metodológico do Icep sobre a pauta da alfabetização. Para isso será necessário disseminar interna e externamente o posicionamento político do Icep em relação à abordagem psicogenética construtivista da alfabetização, abordagem defendida pela organização desde a sua concepção, com a qual acredita ser possível garantir a aprendizagem através da formação de sujeitos autônomos.

A **Dimensão da Mobilização Sociopolítica** sinaliza para a ampliação do diálogo com outros setores da sociedade nos municípios. A comunicação precisará atuar junto para fomentar um maior engajamento sociopolítico nas redes de ensino (educandos, educadores, familiares, sociedade civil e gestores públicos) nos territórios de atuação do Icep.

Na **Dimensão da Governança** vai fortalecer um modelo de gestão participativa e democrática, com articulações entre as instâncias da governança. Para tanto, será necessário dar mais visibilidade e transparência às ações da governança, facilitando a comunicação e o engajamento dos seus públicos.

A **Dimensão do Desenvolvimento Institucional** pretende ampliar o investimento em plataformas e ferramentas que melhorem o controle e a gestão dos processos administrativos, financeiros e jurídicos. Será preciso Informar e engajar os seus públicos sobre os processos e usos das plataformas e ferramentas de gestão administrativa.

A **Dimensão de Recursos** propõe a criação de um plano de captação e a avaliação sobre o desenvolvimento e oferta de produtos e serviços para a comercialização, além da comunicação específica para a prospecção de novos parceiros. Será necessário investir na criação de estratégias de produtos e serviços personalizados para os diferentes públicos e para captação de recursos.

Logo, a **Dimensão da Comunicação** dialoga diretamente com todas as outras áreas. Portanto, além dessas estratégias elencadas **é necessário apoiar e fortalecer as estratégias pensadas pelas diferentes áreas da organização**, inserindo ações da comunicação nos planos de trabalho de cada área, para que possamos alcançar o propósito comum.

Fortalecimento Institucional - *Somente juntos é possível*

Esta frase tem sido muito usada na organização para definir a ação colaborativa implementada pelo Icep em seus territórios e define bem o conceito deste planejamento. Para atender ao objetivo de promover o fortalecimento institucional é necessário que as ações da Comunicação estejam integradas a todas as outras dimensões da organização, de forma planejada e estratégica, em diálogo e avaliação permanentes; as estratégias da comunicação precisam dialogar com as estratégias das demais áreas; e o plano de trabalho da comunicação deverá estar em consonância com as demais dimensões da organização, de forma a atender o propósito do Planejamento Estratégico.

Atuações da Comunicação para cada uma das dimensões do Icep		
Dimensão	Objetivo de cada dimensão	Atuações da Comunicação em cada área
Pedagógica	Promover ações de formação continuada, pesquisa, sistematização do conhecimento, articuladas à gestão das aprendizagens das/dos educadoras/es das/dos estudantes de redes públicas de ensino.	Disseminar interna e externamente o posicionamento político do Icep em relação à abordagem psicogenética construtivista da alfabetização.
Mobilização Sociopolítica	Assegurar a participação democrática, a colaboração e a articulação intersetorial tendo em vista a continuidade das políticas públicas educacionais, nos municípios parceiros.	Fomentar o engajamento sociopolítico nas redes de ensino (educandos, educadores, familiares, sociedade civil e gestores públicos) nos territórios de atuação do Icep.
Governança	Fortalecer um modelo de gestão participativa e democrática, com articulações entre as instâncias da governança, de modo a apoiar o Conselho Diretor nas deliberações, no acompanhamento e avaliação das ações para o desenvolvimento institucional.	Dar visibilidade e transparência às ações da governança, facilitando a comunicação com os públicos de interesse do Icep.
Desenvolvimento Institucional	Garantir a gestão administrativa, financeira e de pessoas, com eficácia, transparência e segurança jurídica.	Promover o engajamento e a participação dos públicos internos nas atuações do instituto. Informar os públicos internos sobre os processos e usos das plataformas e ferramentas de gestão administrativa.
Recursos	Garantir a sustentabilidade financeira da instituição por meio da mobilização e captação de recursos de fontes diversificadas, articulação política e engajamento".	Criação de estratégias de produtos e serviços personalizados para os diferentes públicos e para captação de recursos.

Quadro 03 – Objetivos e Estratégias de comunicação das demais áreas do Icep

Todas essas estratégias têm como meta promover o fortalecimento institucional para que o Icep possa crescer, de maneira sustentável, ampliando a sua capacidade de atuação, impacto e incidência política na promoção das transformações desejadas. Desta maneira estamos comunicando com alguns **objetivos específicos**:

Tornar o Icep referência nacional em suas temáticas prioritárias: Alfabetização, formação continuada, avaliação, promoção das aprendizagens nas redes públicas de ensino.

Promover incidência política nas temáticas prioritárias do Icep, disseminando pautas, conteúdos, campanhas e informações sobre o posicionamento político em relação às temáticas prioritárias do Icep.

Ampliar novos parceiros públicos e manter os atuais para que possam enxergar no Icep um correalizador comprometido com a transformação da realidade local e melhoria dos indicadores sociais da Educação, fazendo uma parceria de corresponsabilização da comunicação das ações dos projetos com os municípios.

Manter os atuais e atrair novos parceiros privados, de forma que possam reconhecer no Icep uma organização plenamente confiável para alcançar seus objetivos de forma sustentável e transparente, valorizando a marca e agregando valor para os projetos dos institutos e fundações.

Atrair e consolidar novas parcerias estratégicas do campo da Educação e desenvolvimento social, que reconheceram a competência do Icep frente a realização de projetos de transformação social, dando visibilidade mútua para suas ações e para o instituto, como organismos internacionais, universidades, organizações da sociedade civil.

Ampliar o engajar as redes de ensino nas atuações do projeto: ampliar o relacionamento com as assessorias de comunicação dos municípios e projetos, promovendo uma maior compreensão sobre a atuação do Icep e parceria com o município; e fomentar a mobilização sociopolítica dos públicos atendidos direta e indiretamente nos projetos, como os: órgãos ligados à Educação (conselhos e fóruns), familiares e estudantes.

5. Plano de melhoria

O que precisamos fazer

Diante dos problemas identificados no planejamento estratégico e de acordo com as estratégias elencadas para alcançarmos os resultados esperados, podemos apontar algumas ações possíveis:

Problema	Causa	Solução
Comunicação Institucional		
Pouco posicionamento do Icep frente a causas defendidas no campo da Educação.	Pouca divulgação sobre o posicionamento sociopolítico e as causas prioritárias do Icep nas redes sociais, na mídia e nos boletins informativos.	- Disseminar pautas e releases sobre o posicionamento sociopolítico defendido pelo Icep para a mídia. - Criar peças de comunicação sobre as causas defendidas pelo Icep - Produzir boletins informativos com mais conteúdos sobre as causas do Icep. - Disseminar mais as causas e posicionamentos do Icep do que as ações realizadas nos projetos
Poucos parceiros financiadores em potencial.	Falta de relacionamento com potenciais parceiros e apoiadores. Pouco contato com públicos estratégicos.	- Produzir materiais institucionais específicos para os diferentes públicos parceiros e apoiadores, formadores e especialistas. - Criar mailing de contatos com os públicos estratégicos.
Poucas informações sobre os produtos e serviços do Icep.	Falta de acesso à essas informações.	- Criar um novo site institucional que dê visibilidade ao Icep e seja um portal para as diversas páginas - com captação de e-mails, inscrição para newsletter, blog para conteúdo pedagógico e acesso às redes sociais.
Pouca clareza no uso de marcas e identidade visual do Icep por parte dos públicos internos e parceiros.	Mudanças de marca sem atualização do material gráfico.	- Criar um novo kit de identidade visual para a organização. - Criar materiais editáveis que possam ser facilmente utilizados compartilhados.
Dificuldade de atração de novos parceiros.	Falta de relacionamento com públicos potenciais parceiros e apoiadores.	- Criar instrumentos de comunicação para atrair potenciais parceiros e apoiadores.
Comunicação Interna		
Pouca clareza no uso de arquivos institucionais.	Falta de um material de comunicação unificado sobre procedimentos administrativos e diretrizes operacionais para colaboradores.	- Criar produtos institucionais com diretrizes pedagógicas - Criar produtos institucionais com diretrizes administrativas para colaboradores, formadores e especialistas.

		- Criar produtos institucionais com diretrizes éticas /posicionamentos institucionais (assuntos internos e administrativos). - Ter um documento de boas- vindas para os formadores e especialistas com orientações sobre o funcionamento e procedimentos do Icep.
Baixo engajamento dos públicos internos.	Públicos internos sem informações sobre atuações do Icep.	- Criar produtos editoriais para comunicação interna criados e disponibilizados para os públicos internos. - Ter um boletim mensal digital de comunicação interna criado e em desenvolvimento. - Ter produtos digitais para os diversos públicos internos. - Ter um canal de comunicação interna com os colaboradores e formadores para disseminação das informações institucionais. - Fazer pesquisa de percepção do público sobre ações do Icep e demandas da comunicação interna.
Comunicação Externa		
Percepção de ações pouco divulgadas.	Muitas ações e pouca possibilidade de cobertura.	- Promover divulgação mais estratégica das ações dos projetos em parceria com os municípios. - Realizar Pesquisa de Imagem e Percepção com parceiros públicos e privados.
Pouca divulgação das ações dos projetos nos municípios.	Falta de percepção das equipes municipais e assessorias de comunicação sobre a realização do projeto e parceria do Icep com o municípios e parceiros privados.	- Ampliar o conhecimento das equipes de educação e assessorias de comunicação dos municípios sobre as ações do projeto e parceria com o município.
Pouca divulgação do Icep na mídia local e nacional.	- Falta de produção mobilização da mídia para causas da Educação.	- Produzir releases e pautas sobre temáticas prioritárias tendo Icep como fonte. - Realizar Campanhas Especiais sobre temáticas prioritárias tendo Icep como exemplo de boas práticas. - Criar conteúdos de boas práticas em Educação tendo Icep como fonte - Disseminar conteúdo de Educação em mídias de massa e mídias especializadas.

Falta de engajamento de públicos nas redes sociais.	Falta de conteúdo atrativo.	- Criar conteúdo de comunicação sobre as temáticas prioritárias do Icep visando ampliação do público de interesse. - Capacitar equipe para as redes sociais.
Comunicação dos Projetos		
Grande quantidade de demandas não previstas ou não identificadas no orçamento do projeto.	Falta de conhecimento prévio das ações dos projetos. Necessidade de incluir a comunicação nos planos de trabalho e orçamento.	- Organizar demandas e fluxo de atendimento ao cliente interno. - Fazer plano de trabalho para os projetos. - Acompanhar realização dos orçamentos.
Dificuldades de planejamento das ações dos projetos.	Falta de um instrumento de planejamento.	- Criar ou aprimorar instrumentos para melhoria dos fluxos de trabalho.
Falta de percepção das equipes de comunicação das redes municipais acerca da atuação do projeto e parcerias.	Falta de alinhamento com rede de ensino e assessorias de comunicação sobre atuação e parceiros.	- Criar mecanismos de alinhar a informação com a rede e o setor de comunicação da secretaria ou do município.

6. Plano de ação

Como vamos chegar - caminhos traçados

As ações do plano de ação da comunicação estão descritas no marco temporal do planejamento estratégico institucional (2022-2024). A partir de uma análise criteriosa das prioridades a serem desenvolvidas, de acordo com as estratégias pensadas, serão executados ano a ano. Para 2023, as ações estão focadas em três eixos: 1) Fazer escutas dos públicos envolvidos, através de questionários, visando conhecer mais de perto as suas demandas e necessidades em relação à comunicação. 2) Fazer uma reorganização dos fluxos de comunicação do Icep, para melhor organizar as solicitações e produtos a serem desenvolvidos pela área. 3) Planejar e desenvolver um novo site institucional. Essas ações prioritárias visam reestruturar a área da comunicação e minimizar as demandas urgentes, para que seja possível a execução das estratégias pensadas e promover o desenvolvimento institucional.

Estratégia 01 – Comunicação Interna

Fortalecer a comunicação com os públicos internos (colaboradores, Assembleia, conselhos, formadores, especialistas).

Ações e/ou produtos:

1. Fazer pesquisa de percepção do público interno sobre as necessidades e demandas da comunicação interna.
2. Ter um boletim mensal digital de comunicação interna criado e em desenvolvimento.
3. Produzir e diagramar documento com diretrizes administrativas e éticas para colaboradores, formadores e especialistas.
4. Produzir e diagramar um documento de boas-vindas para os formadores e especialistas com orientações sobre o funcionamento e procedimentos do Icep.
5. Criar produtos editoriais para comunicação interna disponibilizados para os diferentes públicos internos (colaboradores, formadores, especialistas, prestadores de serviço, assembleia) – de acordo com as necessidades e demandas levantadas na pesquisa.
6. Ter um canal oficial de comunicação interna com os colaboradores/formadores para disseminação das informações institucionais.
7. Criar ou aprimorar instrumentos para melhoria dos fluxos de trabalho que são demandados para a comunicação dos diferentes setores da organização.

Estratégia 02 - Comunicação Externa

Fortalecer a comunicação com os públicos externos (empresas, fundações, institutos, possíveis parceiros, financiadores e diversos públicos interessados na temáticas), através da criação de diferentes estratégias de disseminação das informações para públicos específicos.

Ações e/ou produtos:

1. Realizar **pesquisa de percepção** dos públicos externos em relação à comunicação do Icep.
2. Criar novo **site institucional** - com captação de e-mails, inscrição para newsletter, blog para conteúdo pedagógico e acesso às plataformas digitais do Icep.
3. Criar ou atualizar **produtos institucionais de apresentação do Icep** (diretrizes metodologias e tecnologia social), como PPT, infográfico.
4. Criar um novo **kit de identidade visual** para a organização.
5. Criar **kit de identidade visual** editáveis para os projetos, alinhados à identidade visual da instituição, para as equipes dos territórios.
6. Criar e manter atualizado **mailing de públicos estratégicos**.
7. Criar e manter atualizado **mailing de mídia** locais e nacional.
8. Produzir **materiais institucionais específicos para os diferentes públicos** parceiros e apoiadores, formadores e especialistas.
9. Criar mecanismos para alinhar e ampliar o conhecimento das **assessorias de comunicação dos municípios** sobre o projeto realizado em parceria com o Icep e parceiros privados (quando houver) para promover uma divulgação qualificada das ações – através de reuniões, encontros formativos e documento orientador sobre o projeto.

10. Desenvolver instrumento para a elaboração de um plano de trabalho de comunicação para os projetos, alinhado ao plano de trabalho institucional.

Estratégia 03 - Comunicação dos Projetos

Organizar fluxos e criar instrumentos para atender as demandas de comunicação os projetos e desenvolver planos de trabalho de comunicação para os projetos.

Ações e/ou produtos:

1. Organizar demandas e fluxo de atendimento ao cliente interno
2. Fazer plano de trabalho para os projetos
3. Acompanhar realização dos orçamentos
4. Criar ou aprimorar instrumentos para melhoria dos fluxos de trabalho
5. Criar mecanismos de alinhar a informação com a rede e o setor de comunicação da secretaria ou do município.

Estratégia 04 – Fortalecimento institucional

Contribuir para tornar o Icep referência nacional nas temáticas prioritárias como alfabetização, formação continuada e fomento aos arranjos de educação, através do investimento em mídias de massa, assessoria de imprensa e difusão de conteúdos nas redes sociais.

1. Realizar **campanhas especiais** sobre temáticas prioritárias tendo Icep como exemplo de boas práticas.
2. Produzir e disseminar **releases e pautas** sobre temáticas prioritárias e posicionamento sociopolítico tendo Icep como fonte.
3. Criar **conteúdo para as plataformas digitais** do Icep (redes sociais, site, blog) sobre as temáticas prioritárias do Icep visando ampliação do público de interesse.
4. Ter um **boletim** mensal digital de comunicação externa para disseminação das temáticas prioritárias e conteúdos sobre a causa ado Icep.
5. Produzir e disseminar conteúdo de Educação **em mídias de massa e mídias especializadas**, sobre as temáticas prioritárias do Icep, **boas práticas em Educação** e comunicação para a causa, tendo o Icep como.
6. Desenvolver e implementar um relatório anual de atividades.
7. Contratação de assessoria de imprensa para disseminar conteúdos em mídia nacional e a internacional.
8. Contratação de empresa de marketing digita para gerir conteúdos de plataformas digitais.

Considerações Finais

Este plano de comunicação é resultado do processo de reestruturação organizacional, reflete novos olhares e reposicionamento estratégico do Icep diante deste novo cenário e busca o fortalecimento da área de comunicação. Ele apresenta em seu conteúdo o resultado dos diálogos, trocas e colaborações desenvolvidas desde o início do processo de elaboração do planejamento estratégico da instituição e aponta para uma nova forma de comunicar.

As proposições aqui presentes indicam além da ampliação das atividades já realizadas pela área de comunicação do Icep, como também uma nova frente de trabalho: a promoção de uma incidência sociopolítica pela educação. Para além de informar, ampliar e expandir atuação do Icep, para além de ser um suporte de produção de conteúdos e material gráfico para os projetos, as proposições aqui presentes pretendem promover a comunicação para a causa e a incidência político-pedagógica, colocando o Icep em lugar de destaque e referência na pauta da Educação.

Para atender a estes novos desafios será preciso abrir duas novas frentes de trabalho: uma reestruturação da área com um novo desenho que dê conta das atuais e novas demandas que surgem a partir deste Planejamento e uma mudança de concepção da organização frente à atuação da área de comunicação.

Os próximos passos apontam para a continuidade de uma construção colaborativa que será realizada a partir de pesquisas de percepção dos diversos públicos do Icep e um estudo para adequação da área. Portanto, este planejamento inclui outros dois documentos: um que aponta os possíveis caminhos para a reestruturação da área e o Plano de Trabalho, que será desenvolvido anualmente de acordo com as prioridades apontadas pela organização.



ICEP

INSTITUTO CHAPADA
DE EDUCAÇÃO E PESQUISA

*Lendo o Mundo
para Escrever a Vida*

QUEM FAZ O ICEP

Conselho Diretor

Elisabete Monteiro – Diretora Pedagógica
Fernanda Ramos – Diretora de Relações Institucionais
Fernando Rossetti – Diretor Executivo

Coordenação Pedagógica Territorial

Adriana Araújo
Ana Falcão
Cláudia da Hora
Janara Botelho
Raidalva da Silva

Equipe Administrativa

Miriam Carvalho - Gerente Administrativa e Financeira
Vanessa de Carvalho - Assessora Administrativa e Financeira
Cláudia Vieira dos Santos - Analista Administrativa e Financeira
Lorran Oliveira - Analista Administrativo Financeiro
Eraldo Nery - Assistente Financeiro
Vanilson Teles - Assistente Financeiro
Gustavo Bispo – Estagiário do Financeiro
Eliana Muricy - Assessora Jurídica
Etelvina Carvalho - Assistente Jurídica
Ana Flávia Sousa - Assessora de Comunicação
Keila Lima - Estagiária de Comunicação
Fabiana Pereira - Analista de Produção e Logístico
Fabíola Pereira - Analista de Produção e Logístico
Rita de Cássia - Auxiliar de Serviços Gerais
Marcos Paulo - Apoio Técnico Pedagógico

Assembleia

Cybele Amado de Oliveira
Elisabete Regina da S. Monteiro
Enoque Francisco de Jesus
Fernanda Novaes
Gardênia Maria Guedes Nascimento
Giovana Cristina Zen
Joselânia Vieira Santos
Nourivaldo Santana (DIM)
Valgérbera Souza Santos Teixeira
Vespasiano Delezott Pimentel de Sá

Conselho Consultivo

Ana Amelia Inoue
Antônio Nóvoa
Áureo Bispo
Cristina Meireles
David Saad
Guilherme Leal
Maria do Pilar Lacerda Almeida e Silva
Regina Lúcia Poppa Scarpa
Sérgio Ephim Mindlin
Sílvia Maria Pereira de Carvalho
Telma Weisz

Conselho Fiscal

Enoque Francisco de Jesus
Isa Dourado Neto de Abreu Bacelar
Simone Neves Pinto



ICEP

INSTITUTO CHAPADA
DE EDUCAÇÃO E PESQUISA

*Lendo o Mundo
para Escrever a Vida*

www.institutochapada.org.br

institutochapada@institutochapada.org.br

Ig / Fb / In / Yt: @institutochapada