

# Estudar vale a pena!

## MANUAL DA CAMPANHA



# Estudar vale a pena!

## Sumário

Estudar Vale a Pena.....	5
Instituto Unibanco.....	5
Apresentação .....	6
Públicos envolvidos.....	7
Adesão.....	7
Fases da Campanha.....	8
Atividades Componentes da Campanha .....	8
Relatórios .....	9
Premiação.....	10
Planejamento da Campanha .....	11
Ferramentas que podem ser utilizadas pelo Grupo de Coordenação da Campanha Estudar Vale a Pena.....	12
Matriz de Responsabilidades .....	12
Matriz de Comunicação.....	13
Cronograma.....	13
Planos de Ação .....	14
Fase 1 .....	15
Atividades Mínimas.....	15
Evento: Lançamento da Campanha .....	15
Atividade de envolvimento dos professores: Atividades Pedagógicas Temáticas.....	16
Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação.....	17
Atividade para os Alunos do Ensino Médio: Concurso de Cartazes.....	18
Ação Especial.....	19
Inteligência .....	20
Evento: Ciclo de Palestras com Ex-alunos.....	21
Uso Criativo de Informações: Consequências do Abandono .....	22
Atividades Extras.....	22
Relatório da Primeira Fase .....	23
Pontuação .....	23
Fase 2 .....	24
Atividades Mínimas.....	24
Atividade de envolvimento dos professores e alunos: Cartas de Jovem para Jovem .....	24
Atividade dos Agentes Jovens: Mobilização.....	26

# Estudar vale a pena!

Ação Especial .....	26
Inteligência .....	27
Evento: SuperAção .....	27
Uso Criativo de Informações: Causas do Abandono .....	31
Atividades Extras .....	32
Relatório da Segunda Fase .....	32
Pontuação .....	33
Fase 3 .....	34
Atividades Mínimas .....	34
Atividade dos Agentes Jovens: Termos de Compromisso .....	34
Ação Especial .....	35
Inteligência .....	36
Evento: Feira de Profissões .....	36
Uso Criativo de Informações: Benefícios da Permanência na Escola .....	37
Atividades Extras .....	38
Relatório da terceira Fase .....	38
Pontuação .....	39
Fase 4 .....	40
Atividades Mínimas .....	40
Atividade dos Agentes Jovens: Campanha de Reforço .....	40
Ação Especial .....	41
Inteligência .....	41
Evento: Planejamento de Cerimônias de Encerramento do Ano .....	42
Uso Criativo de Informações: Possibilidades de Qualificação / Formação .....	43
Atividades Extras .....	43
Relatório da Quarta Fase .....	44
Pontuação .....	44
Modelos .....	45
Relatório da Primeira fase .....	45
Atividades Mínimas .....	45
Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação .....	46
Atividades Extras .....	50
ANEXOS .....	51
Atividades Mínimas .....	52

# Estudar vale a pena!

Atividade dos Agentes Jovens: Mobilização.....	52
Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação.....	53
Atividades Extras.....	56
ANEXOS.....	57
Relatório da Terceira fase.....	58
Atividades Mínimas.....	58
Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação.....	58
Atividades Extras.....	62
ANEXOS.....	62
Relatório da Quarta fase.....	63
Atividades Mínimas.....	63
Atividade dos Agentes Jovens: Campanha de Reforço.....	63
Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação.....	64
Inteligência.....	65
Atividades Extras.....	67
ANEXOS.....	68

## Estudar Vale a Pena

Ao desenvolver tecnologias e metodologias que resultam em maior retenção e desempenho do aluno do Ensino Médio na escola, o Instituto Unibanco mira em um dos principais problemas brasileiros: a desigualdade social. Nenhum outro fator impulsiona o nível de renda e de empregabilidade tanto quanto o grau de escolaridade.

E foram os alarmantes níveis de abandono que levaram o Instituto a desenvolver a metodologia da "Campanha Estudar Vale a Pena", em que, por meio de jogos e atividades, discute-se a importância da conclusão do Ensino Médio para o futuro dos jovens.

A campanha, que inclui a participação de voluntários que se propõem a conversar, aplicar jogos e servir de exemplo ao jovem, é mais uma metodologia de combate à evasão escolar.

Com essa ação de incentivo à permanência no Ensino Médio, esperamos efetivamente contribuir para que mais e mais jovens permaneçam, aprendam e concluam seu ciclo básico de ensino. O futuro do Brasil e de nossa juventude depende disso.



## Instituto Unibanco

Criado em 1982, o Instituto Unibanco, que constitui uma das instâncias de investimento social da organização Itaú Unibanco, tem suas ações focadas na melhoria de desempenho dos jovens estudantes de Ensino Médio das escolas públicas brasileiras e na diminuição da evasão nessa fase da vida escolar.

As tecnologias e metodologias desenvolvidas pelo Instituto visam o aprimoramento das políticas e práticas vigentes nas escolas da rede pública de ensino e têm sua eficácia comprovada por avaliações de impacto realizadas por avaliadores independentes. Estão disponíveis para governos e organizações da sociedade civil e são desenvolvidas de modo a permitir sua aplicabilidade em diferentes realidades.

Essa é a nossa contribuição para transformar a realidade, garantindo às novas gerações um passaporte mínimo para sua inserção no atual mercado de trabalho ou a conquista de uma oportunidade de cursar o ensino superior.

# Estudar vale a pena!

## Apresentação

A Campanha Estudar Vale a Pena é um concurso que tem como objetivo contribuir para os esforços de escolas públicas no sentido de reduzir o abandono escolar.

A problemática do abandono escolar é complexa, apresentando vários fatores determinantes e múltiplas consequências.

*“A sociedade brasileira parece ainda não ter-se dado conta da verdadeira crise de audiência que vem afetando nosso ensino médio, com previsíveis consequências para o desenvolvimento sustentável do país. Trata-se de uma verdadeira bomba-relógio”*

*Wanda Engel*

O Instituto Unibanco está convencido de que não é possível combater esse mal apenas com ações pontuais. É preciso que o assunto seja tratado na escola ao longo de todo ano letivo de forma abrangente.

O quadro abaixo apresenta alguns dos aspectos norteadores da concepção da Campanha Estudar Vale a Pena, assim como algumas das premissas que foram adotadas a partir dos mesmos:

Aspectos norteadores	Premissas da Campanha
<b>Existem diferenças marcantes entre as escolas públicas participantes da Campanha.</b>	As próprias escolas devem planejar, criar e executar as ações da Campanha.
<b>Essas mesmas escolas enfrentam problemas muito similares, independente de tamanho ou localização.</b>	Existe uma orientação sobre tipos de atividades a serem realizadas e uma lógica que sustenta uma Campanha dividida em quatro fases.
<b>O público-alvo da Campanha está exposto a milhares de estímulos e informações diariamente – conseguir sua atenção não é fácil.</b>	É preciso que a Campanha tenha um bom volume e frequência de ações na escola, sob pena de se perder no mar de informações cotidianas.
<b>Alguns dos determinantes do abandono escolar estão ligados a aspectos culturais e a valores, que são difíceis de mudar.</b>	Algumas das abordagens da Campanha visam estimular valores importantes para que os jovens entendam que Estudar Vale a Pena.
<b>Uma campanha de mudança social precisa ser orientada para o seu público-alvo, envolver trocas e desenvolver uma relação de longo prazo.</b>	As escolas conhecem o perfil do seu aluno e entendem qual é a melhor forma de criar ações que sejam significativas. Além disso, muitas das informações apresentadas ao longo da Campanha para os jovens mostram que a permanência na escola é acompanhada de benefícios. Finalmente, a Campanha deve ser realizada ao longo de todo ano letivo, para que a adesão dos jovens seja conquistada.

# Estudar vale a pena!

**Muitos jovens encontram-se sem referências ou com as referências erradas.**

Uma das linhas de ação da Campanha envolve a aplicação de atividades junto aos alunos em sala de aula. As pessoas responsáveis pela aplicação dessas atividades trabalham exemplos de vida e tornam-se boas referências para os jovens.

7

Outro aspecto importante na concepção da Campanha Estudar Vale a Pena é que a mesma foi montada em formato de concurso.

O Instituto Unibanco entende que o maior prêmio que a Campanha pode dar a uma escola participante é a redução dos índices de abandono. É preciso, no entanto, premiar aquelas escolas que se destacaram na realização de atividades. Dessa forma, a Campanha envolve uma sistemática de relatórios e pontuação. Cada atividade realizada leva a pontos que a escola acumula ao longo do ano. Ao final da Campanha, as escolas com melhor desempenho são premiadas.

## Públicos envolvidos

A Campanha Estudar Vale a Pena integra diversos atores da comunidade escolar. Cada um tem papéis específicos, a saber:

- Direção e Coordenação da Escola – são responsáveis pela adesão à Campanha e os responsáveis, em última instância, pela realização das atividades propostas.
- Grupo de Coordenação da Campanha – é um grupo misto de atores da comunidade escolar escolhido pela Direção/Coordenação da Escola para planejar, coordenar, executar, controlar e registrar as ações da Campanha.
- Agentes Jovens – grupo de jovens da escola que serve de apoio direto às ações da Campanha, além de desenvolver ações específicas que lhe são designadas.
- Professores – são convidados a se engajar na Campanha em algumas ações.
- Jovens (alunos) – são o público-alvo da maioria das ações da Campanha.
- Pais e Responsáveis – podem ser alvo de algumas das ações desenvolvidas pela escola ao longo da Campanha.
- Aplicadores do Estudar Vale a Pena - são as pessoas que foram capacitadas para conduzir três conjuntos de atividades em sala de aula. Os aplicadores podem ser Voluntários do Itaú Unibanco ou estagiários do Instituto Unibanco.

## Adesão

A adesão das escolas à Campanha é voluntária. Para participar basta que a escola demonstre interesse e desenvolva suas atividades.

# Estudar vale a pena!

É importante notar que para efeitos de premiação do concurso serão considerados prazos, registros de atividades e relatórios.

## Fases da Campanha

A Campanha foi dividida em quatro fases. Essas fases foram inspiradas em quatro momentos distintos que envolveriam a “compra” da idéia de que Estudar Vale a Pena por parte dos jovens.

Na primeira fase, as atividades propostas têm o objetivo de chamar a atenção dos jovens para o assunto. Essa é a fase em que estão previstas mais atividades, uma vez que se trata de um período crítico para o abandono escolar. São utilizados vários meios de comunicação visando aumentar a capilaridade das mensagens.

Na segunda fase, as atividades propostas têm o objetivo de despertar o interesse dos jovens pelos estudos e pela escola. Nessa fase é dada ênfase na comunicação pessoal e direta.

Na terceira fase, as atividades propostas têm o objetivo de levar os jovens para a ação. A idéia é envolvê-los em ações que mostrem as vantagens dos estudos. Nessa fase é dada ênfase à realização de eventos.

Na quarta fase, as atividades propostas têm o objetivo de reforçar junto àqueles que “compraram” a ideia de permanecer na escola que eles fizeram um “bom negócio”. Nessa fase, utilizam-se múltiplos meios de comunicação, sempre com mensagens de estímulo.

Ao final de cada fase, em prazos determinados pelo Instituto Unibanco, as atividades realizadas devem ser relatadas por meio de relatórios padrão.

## Atividades Componentes da Campanha

Em cada fase da Campanha existe uma relação de atividades que devem ser desenvolvidas pela escola.

Essas atividades seriam as “atividades mínimas” da Campanha. Além dessas atividades, as escolas têm liberdade de realizar outras atividades e projetos. O esforço extra de cada escola também será recompensado com pontos no concurso.

As pontuações referentes a cada atividade específica são apresentadas junto ao detalhamento das mesmas. Caso uma escola não realize alguma das “atividades mínimas” ela não é desclassificada, porém não pontua naquele quesito.

As “atividades mínimas” são compostas de um conjunto de eventos, ferramentas de comunicação e gestão que visam atingir de forma abrangente o público-alvo da Campanha. Os tipos de “atividades mínimas” são descritos a seguir:

- **Eventos:** ao longo das fases a Campanha prevê a realização de eventos na escola a fim de produzir forte impacto junto aos jovens em ações concentradas.



# Estudar vale a pena!

- **Atividade dos Agentes Jovens:** são desafios especiais destinados aos Agentes Jovens. Essas atividades têm o objetivo de ter como fonte da mensagem jovens que são alunos da escola assim como o público-alvo da Campanha.
- **Atividades com o envolvimento de professores:** essas atividades visam engajar os docentes na Campanha, uma vez que eles são um dos principais elos de ligação do jovem à escola.
- **Ação Especial:** esse tipo de atividade é voltado para as classes que apresentam historicamente os maiores índices de abandono em cada escola. Sabe-se que em muitas escolas as turmas do primeiro ano do Ensino Médio da noite são problemáticas no que tange abandono. Se este é o caso da escola participante, estes devem ser os alvos das Ações Especiais. Para a realização de Ações Especiais podem ser utilizados eventos, comunicação, atividades pedagógicas e qualquer outro artifício que a escola participante julgar interessante.
- **Inteligência:** as ações de inteligência envolvem o uso de informações internas da escola que viabilizam conhecimento sobre a lógica do abandono e o desenvolvimento de ações direcionadas para os jovens com maior probabilidade de abandonar a escola.
- **Uso Criativo de Informações:** em cada fase o Instituto Unibanco enviará um pacote de informações relacionadas ao abandono escolar. As informações contidas nesse pacote devem ser divulgadas junto aos jovens. Caberá à escola participante definir de que forma transmitirá essas informações aos seus alunos.
- **Atividades com o envolvimento dos alunos:** essas atividades visam fazer com que os jovens pensem nas consequências do abandono.
- **Atividades Extras:** são todas as atividades realizadas pela escola com o objetivo de reduzir o abandono escolar e que não se enquadram nas “atividades mínimas”. Nesse caso a escola relata o que ela fez e ganha pontos extra para o concurso, conforme critérios pré-estabelecidos.

## Relatórios

Conforme já foi mencionado, dentro de prazos determinados pelo Instituto Unibanco, relatórios padrão devem ser entregues.

Modelos destes relatórios encontram-se na seção Modelos deste Manual. Para cada fase da Campanha há um relatório específico.

Os relatórios devem ser enviados por e-mail. Existem espaços específicos para o relato de cada atividade. Em alguns momentos trabalha-se com informações quantitativas, em alguns momentos com informações qualitativas. Para a comprovação de algumas atividades é necessário anexar ao relatório fotos e outros tipos de registros.

Sempre que a escola participante julgar pertinente pode anexar materiais ilustrativos ao relatório. Caso não seja possível digitalizar algum desses materiais, a escola pode fazer a indicação no relatório de que esses materiais serão encaminhados para o Instituto Unibanco em formato físico.

# Estudar vale a pena!

Todo tipo de registro e material ilustrativo é bem vindo e **poderá** ser considerado na atribuição de pontos.

As datas de entrega dos relatórios em 2011 são:

- Entrega do relatório da 1ª fase: 15/06
- Entrega do relatório da 2ª fase: 15/08
- Entrega do relatório da 3ª fase: 14/10
- Entrega do relatório da 4ª fase: 07/11

10

## Premiação

As escolas participantes da Campanha Estudar Vale a Pena concorrem a prêmios e reconhecimento de acordo com seu desempenho em determinados critérios.

Para poder concorrer as escolas devem conseguir, no mínimo, 10.000 pontos. As escolas que não atingirem a pontuação mínima serão excluídas da premiação.

O critério de avaliação das escolas participantes é o índice de abandono. Serão comparados os dados de alunos matriculados e frequentando a escola no dia 31/03 em relação ao dia 31/10.

Os prêmios para são os seguintes:

- Todas escolas com 100% de permanência + mínimo de 10.000 pontos - Kit Conforto, Kit Multimeios e Kit Esportivo
- 1º lugar índice de permanência + mínimo de 10.000 pontos – Kit Conforto e Kit Multimeios
- 2º lugar índice de permanência + mínimo de 10.000 pontos – Kit Multimeios e Kit Esportivo
- 3º lugar índice de permanência + mínimo de 10.000 pontos – Kit Esportivo

O Kit Conforto é composto por uma geladeira, um forno microondas e um sofá para a sala dos professores.

O Kit Multimeios é composto por um projetor multimídia, um computador e telão.

O Kit Esportivo é composto por uma rede de voley, uma mesa de tênis de mesa e bolas.

A avaliação das escolas é dividida por praça, ou seja, haverá premiação de acordo com o ranking de escolas por praça.

A seguir são apresentadas algumas dicas e ferramentas para auxiliar no planejamento da Campanha Estudar Vale a Pena.

## Planejamento da Campanha

A Campanha Estudar Vale a Pena envolve muitas atividades e exige um grande esforço de mobilização.

Planejar a Campanha é extremamente importante para que as ações sejam realmente efetivas na redução dos índices de abandono.

Sendo assim, sugere-se que a escola participante crie um Grupo de Coordenação da Campanha Estudar Vale a Pena. Esse grupo pode ser formado por atores da comunidade escolar e por voluntários.

Sugere-se que o Grupo de Coordenação da Campanha tenha pelo menos um representante da Direção, da Coordenação, dos Professores e dos Agentes Jovens. É interessante que alguns representantes de turma do Ensino Médio também sejam convidados a participar do Grupo.

Cabe à Direção da escola definir os componentes do Grupo de Coordenação. Uma vez que estas pessoas são escolhidas e convidadas a participar, é importante que se reúnam e façam uma leitura deste Manual. Todos devem entender o seu papel como Grupo de Coordenação da Campanha e devem conhecer os tipos de atividades e o regulamento do concurso.

É recomendável que o Grupo de Coordenação divida tarefas. Eventualmente a definição de papéis específicos pode ajudar nesse esforço. Por exemplo, é muito importante que algumas pessoas fiquem responsáveis por registrar e relatar todas as ações da Campanha. Outro papel importante é o de organização de eventos. Os Agentes Jovens podem assumir o papel de mobilização dos alunos e de realização das atividades específicas dos Agentes Jovens dentro da Campanha. Representantes de turma podem se envolver da disseminação de mensagens junto aos alunos.

Devido à quantidade de ações e ao fato de que as mesmas devem ser realizadas ao longo de todo ano letivo, recomenda-se que o Grupo de Coordenação faça um planejamento prévio de todas as ações da Campanha logo no início do ano. Esse planejamento deve contemplar as ações mínimas da Campanha e outras ações que a escola já planejava realizar. Evidentemente, o planejamento da Campanha não poderá ser detalhado em uma única reunião, por isso, sugere-se que o Grupo de Coordenação faça um planejamento mais amplo das ações, em um primeiro momento, e que antes de cada fase, detalhe o planejamento de cada ação específica.

O planejamento da Campanha deve considerar também a elaboração e envio de relatórios ao Instituto Unibanco.

De forma geral, as atividades de planejamento da Campanha Estudar Vale a Pena podem seguir o roteiro descrito a seguir. Cabe a cada escola decidir qual será a sistemática de trabalho e frequência de encontros do seu Grupo de Coordenação da Campanha Estudar Vale a Pena.

# Estudar vale a pena!

ROTEIRO BÁSICO DE PLANEJAMENTO DA CAMPANHA ESTUDAR VALE A PENA	
1.	Definir Grupo de Coordenação
2.	Convidar membros do Grupo para reunião inicial
3.	Distribuir Manual da Campanha Estudar Vale a Pena para membro do Grupo
4.	Definir sistemática de trabalho e frequência de encontros do Grupo de Coordenação
5.	Definir papéis dos membros
6.	Realizar discussão inicial sobre “atividades mínimas” – listar idéias sobre o que a escola pode fazer na Campanha
7.	Mapear outras ações e projetos que a escola desenvolve no combate ao abandono (tanto aquelas que já são realizadas quanto aquelas que a escola pretende realizar) – essas são as atividades extras que serão realizadas
8.	Montar um cronograma de atividades da Campanha incluindo as “atividades mínimas” e atividades extras
9.	Realizar reuniões periódicas de avaliação da realização das atividades propostas, resultados alcançados e novo planejamento para as atividades que estão por vir
10.	Definir prazos, responsabilidades e recursos necessários para cada ação

## Ferramentas que podem ser utilizadas pelo Grupo de Coordenação da Campanha Estudar Vale a Pena

Algumas ferramentas de gestão de projetos podem ser utilizadas pelo Grupo de Coordenação da Campanha. Essas ferramentas são de simples elaboração, porém são de grande auxílio para a organização do grupo.

### Matriz de Responsabilidades

Trata-se de uma tabela que define os papéis de cada membro do Grupo de Coordenação da Campanha.

Exemplo:

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES DO GRUPO DE COORDENAÇÃO DA CAMPANHA		
Papel	Nome	Responsabilidades
<i>Ex: Coordenador Geral</i>	<i>Maria da Silva</i>	<i>Acompanhar periodicamente o trabalho dos demais integrantes do grupo; Enviar relatórios ao Instituto Unibanco; Motivar comunidade escolar a participar;</i>
<i>Ex: Coordenador de Comunicação</i>	<i>Pedro Antunes</i>	<i>Planejar ações de comunicação; Supervisionar e aprovar todas as ações de comunicação; Montar equipe para produção de cartazes e outras peças;</i>



# Estudar vale a pena!

## Planos de Ação

Cada atividade relacionada à Campanha Estudar Vale a Pena pode ser desmembrada em várias ações. Para cada ação é recomendável que o grupo preencha um plano de ação, de forma a melhorar organização e controle.

Exemplo:

Plano de ação	
O que	<i>Elaboração de cartazes</i>
Onde	<i>Na escola</i>
Por que	<i>Para mobilizar alunos para a feira de profissões</i>
Quando	<i>Cartazes devem estar prontos até o dia 20 de abril</i>
Quem	<i>Agentes Jovens</i>
Como	<i>Comprar cartolina e tinta para elaboração dos cartazes</i>
Quanto	<i>R\$ 30,00</i>

A seguir cada fase da Campanha é apresentada por meio da apresentação das “atividades mínimas”

# Estudar vale a pena!

## Fase 1

A primeira fase da Campanha compreende os primeiros meses do ano letivo. O que define o fim dessa fase é a data de entrega de relatório da mesma. Para efeitos de planejamento das ações pode-se considerar que a fase 1 acontece entre os meses de março e maio.

O objetivo dessa fase é chamar a atenção dos jovens em relação à problemática do abandono escolar. Muitas vezes os jovens desconhecem ou ignoram as causas e consequências do abandono escolar. Queremos dar início à discussão desse problema na escola.

Por se tratar de um período bastante crítico para o abandono escolar, a primeira fase da Campanha contempla a realização de uma grande quantidade de atividades e o uso de múltiplos meios e ferramentas. A intenção é começar a Campanha de forma intensa.

É ao final da primeira fase que está prevista a ação do Estudar Vale a Pena em sala de aula. Esta ação é realizada por um aplicador especialmente capacitado pelo Instituto Unibanco.

A seguir são apresentadas as atividades consideradas “mínimas” para a realização da primeira fase da Campanha. É importante lembrar que uma “atividade mínima” que não é realizada não implica na desclassificação da escola, apenas significa que não houve pontuação naquele quesito.

## Atividades Mínimas

A proposta das atividades mínimas é oferecer algumas abordagens para o Grupo de Coordenação da Campanha. A forma como essas atividades serão realizadas depende muito da criatividade e dedicação de cada escola. A seguir são apresentados os tipos de “atividades mínimas” da primeira fase.

### Evento: Lançamento da Campanha

**Objetivo da atividade:** apresentar a Campanha para a comunidade escolar e buscar o seu envolvimento.

Este é o pontapé inicial da Campanha. É importante que seja marcante e mobilizador.

Neste item podem ser realizados eventos de lançamento incluindo discursos de pessoas de destaque na comunidade escolar, depoimentos de pessoas que possam atestar que “Estudar Vale a Pena”, apresentações artísticas, exibição de filmes, entre outras possibilidades.

O alvo principal do lançamento da Campanha são os alunos, porém esse lançamento deve ter como objetivo comunicar e engajar professores e pais na Campanha. Dessa forma, o Grupo de Coordenação deve considerar convidar esses públicos para o evento também.

Esta é uma boa hora para informar à escola que a Campanha também é um concurso e que a escola está concorrendo a prêmios.

# Estudar vale a pena!

É interessante que o evento seja precedido por toda uma estratégia de comunicação. Uma boa dica é criar expectativa em torno do lançamento por meio de cartazes, e-mails, cartas aos alunos e outras formas de comunicação.

Se a escola tiver recursos, pode distribuir algum brinde ou simplesmente oferecer um lanche especial no dia do lançamento.

A tarefa do Grupo de Coordenação da Campanha é fazer com que todos os alunos entendam que a escola está mobilizada em mostrar que Estudar Vale a Pena.

**Registro:** o Grupo de Coordenação deve lembrar-se de registrar o lançamento. Valem fotos, exemplares de materiais de comunicação, listas de presença e depoimentos de alunos.

**Pontuação:** esta atividade vale 1.000 pontos.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** criatividade (30%) e poder de mobilização (70%).

## Atividade de envolvimento dos professores: Atividades Pedagógicas Temáticas

**Objetivo da atividade:** trabalhar a importância dos estudos de forma transversal entre as disciplinas, buscando o engajamento dos professores na Campanha.

É possível que muitos dos professores já realizem aulas que estejam alinhadas com o objetivo desta atividade. Na maioria das vezes, isso acontece de forma intuitiva e esparsa ao longo do ano letivo.

Como o objetivo da primeira fase é chamar a atenção dos jovens e trabalhar de forma intensiva, o princípio que rege esta atividade é de levar para a sala de aula a temática do Estudar Vale a Pena.

É importante que o Grupo de Coordenação da Campanha pense de que forma irá mobilizar professores para que eles de fato se engajem e criem uma aula dentro de suas disciplinas que trabalhem a temática proposta nesse período.

A criatividade de cada professor é ferramenta fundamental para esta atividade. O Grupo de Coordenação pode sugerir que sejam trabalhadas atividades pedagógicas que relacionem os conhecimentos e habilidades desenvolvidos pelas disciplinas com o mercado de trabalho, atividades reflexão sobre o futuro dos jovens, entre outras abordagens.

Os professores que decidirem participar desta atividade deverão criar e realizar as suas atividades pedagógicas registrando-as por meio da entrega de Planos de Aula que indiquem o dia em que a atividade foi realizada.

**IMPORTANTE:** cabe ao Grupo de Coordenação da Escola criar um regulamento para esta atividade. Nele deve constar que ao entregar o Plano de Aula o professor está concordando e ter o seu conteúdo divulgado em formato digital ou impresso, por tempo indeterminado, para fins educacionais em todo território nacional.



# Estudar vale a pena!

**Brinde aos participantes:** os professores que entregarem dentro do prazo um ou mais Planos de Aula com atividades pedagógicas temáticas receberão como brinde uma camiseta da Campanha Estudar Vale a Pena. A escola deve controlar a distribuição das camisetas.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio da apresentação dos Planos de Aula junto ao relatório da fase. Os Planos de Aula recolhidos pelo Instituto Unibanco poderão ser usados para compor um banco de práticas pedagógicas inovadoras.

**Pontuação:** para cada Plano de Aula apresentado pela escola serão atribuídos 50 pontos.

**Critérios de avaliação da atividade:** quantidade de atividades pedagógicas temáticas realizadas na escola.

17

## Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação

**Objetivo da atividade:** criar dois canais de comunicação de jovem para jovem que trabalhem temas ligados aos objetivos da Campanha.

Os Agentes Jovens serão desafiados a criar dois veículos de comunicação: um on-line e outro off-line. Entende-se por on-line qualquer ferramenta ligada à internet, podendo ser grupos de e-mail, newsletters, blog, comunidades, sites e todo tipo de mídia social. Os veículos off-line podem ser jornais, fanzines, cartazes, jornal-mural, por exemplo.

Dentro do planejamento destes veículos, os Agentes Jovens deverão pensar em como e quando manterão os veículos atualizados. Eles deverão definir as pautas a serem tratadas e o tipo de mensagens a serem transmitidas.

**IMPORTANTE:** o grupo de Agentes Jovens trabalhará esta atividade junto à capacitação que estarão recebendo de instituições parceiras do Instituto Unibanco. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha estimular e acompanhar a realização da tarefa.

**Brinde aos participantes:** caso os Agentes Jovens consigam criar seus dois veículos de comunicação, todos eles receberão camisetas da Campanha.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio da apresentação de exemplares e fotos do veículo de comunicação off-line e de links, impressões e “print screens” dos veículos on-line.

**Pontuação:** para cada veículo criado serão atribuídos 100 pontos (máximo dois veículos). Nas próximas fases, outros 100 pontos são atribuídos aos mesmos veículos sempre que houver a comprovação de que os mesmos estão sendo atualizados, ou seja, cada veículo pode render 400 pontos no total.

**Critérios de avaliação da atividade:** comprovação da realização da atividade.

# Estudar vale a pena!

## Atividade para os Alunos do Ensino Médio: Concurso de Cartazes

**Objetivo da atividade:** fazer com que os jovens reflitam sobre a importância dos estudos e fazer com que o tema Estudar Vale a Pena se multiplique pela escola.

O Grupo de Coordenação da Campanha deve criar um concurso de cartazes com o tema “Estudar Vale a Pena”. A forma pela qual este concurso acontecerá é de decisão de cada escola. Pode-se engajar apenas um professor (educação artística, por exemplo) na tarefa ou promover o concurso como uma atividade extraclasse.

Uma boa forma de engajar muitos alunos na atividade é envolver representantes de turma na sensibilização de alunos. O Grupo de Coordenação pode oferecer camisetas para os representantes de turmas que tiverem um mínimo de cartazes inscritos no Concurso.

Os alunos do Ensino Médio deverão escolher uma técnica para montar um cartaz que melhor expresse que “Estudar Vale a Pena”. Vale colagem, desenho, pintura ou até arte digital. É importante que o Grupo de Coordenação da Campanha guarde todos os cartazes ou tenha registro fotográfico de todos.

A escola deverá criar uma comissão julgadora dos cartazes, que definirá quais cartazes receberão o brinde desta atividade e quais serão os cartazes que serão expostos.

Uma boa dica é que desta atividade a escola crie uma nova oportunidade de reverberar a Campanha junto aos alunos. Por que não fazer um evento oficial de entrega de brindes aos melhores cartazes? Ou então fazer um evento de lançamento oficial da exposição dos melhores cartazes?

O Grupo de Coordenação da Campanha deve sempre pensar em oportunidades de multiplicar o alcance de qualquer atividade.

**IMPORTANTE:** o local de exposição dos cartazes deve ser bem planejado, pois ao mesmo tempo em que os cartazes devem estar em locais de grande fluxo de alunos, devem permanecer protegidos de vandalismo.

**Brinde aos participantes:** os autores dos melhores cartazes terão direito a uma camiseta da Campanha. É importante frisar que a quantidade de camisetas pode variar de escola para escola. Além disso, a escola deve criar critérios para poder definir a quantidade de alunos autores para poder determinar a quantidade de cartazes a serem premiados.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da quantidade total de cartazes submetidos ao concurso e por meio de fotos da exposição de cartazes.

**Pontuação:** para cada cartaz submetido ao concurso, registrados por fotos e/ou guardados com o Grupo de Coordenação da Campanha, serão atribuídos 15 pontos. É importante registrar a exposição de cartazes e qualquer evento relacionado à mesma.

**Critérios de avaliação da atividade:** quantidade de cartazes submetidos e registros. Caso seja realizado um evento relacionado à exposição, o mesmo poderá ser relatado no item “atividades extras” e poderá agregar mais pontos para a escola.

# Estudar vale a pena!

## Ação Especial

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em turmas que historicamente apresentam maiores índices de abandono.

A idéia por trás das Ações Especiais é de segmentar a Campanha justamente para aquelas turmas que historicamente apresentam os maiores índices de abandono. O princípio é de maximizar o resultado da Campanha com um esforço concentrado.

A definição das Ações Especiais começa pela identificação das turmas que serão alvo. Em muitas escolas o primeiro ano do Ensino Médio noturno concentra boa parte dos registros de abandono. Se este é o caso de uma escola participante, nas Ações Especiais a escola deve desenvolver atividades focadas para as turmas de primeiro ano do Ensino Médio noturno.

As Ações Especiais podem ser eventos, ferramentas de comunicação, atividades pedagógicas, atividades culturais ou qualquer outra abordagem especialmente pensada para mostrar que Estudar Vale a Pena para os alunos das turmas alvo.

É importante que o Grupo de Coordenação da Campanha seja criativo e pense em Ações Especiais que sejam eficazes no combate ao abandono escolar. É preciso pensar que é por meio dessas ações que se pode fazer uma diferença significativa no índice de abandono geral da escola.

Na primeira fase da Campanha a escola enfrenta um período crítico em termos de abandono. Sabe-se que muitos jovens deixam os estudos logo após o primeiro trimestre. É por isso que o **desafio para o Grupo de Coordenação é de realizar duas Ações Especiais** junto a cada turma alvo.

Uma sugestão valiosa é de envolver os representantes dessas turmas nas Ações Especiais. O Grupo de Coordenação pode fazer uma reunião com os representantes das turmas que são alvo das Ações Especiais e engajá-los na divulgação ou coordenação das ações. Esses representantes devem ser aliados do Grupo de Coordenação. Eles devem sentir-se responsáveis pelos colegas, reforçando a permanência dos alunos e estimulando o resgate daqueles que estão prestes a abandonar a escola.

**IMPORTANTE:** Ações Especiais serão realizadas em todas as fases da Campanha. Sabendo disso, realize um planejamento amplo de Ações Especiais, para que as mesmas tenham coerência (leia os itens de Ações Especiais das demais fases).

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato das ações especiais, lista de alunos atingidos e fotos.

**Pontuação:** para cada Ação Especial desenvolvida serão atribuídos até 500 pontos. A Ação Especial só tem validade se atingir a totalidade das turmas alvo. Sendo assim, na primeira fase é possível atingir um máximo de 1.000 pontos com Ações Especiais.

**Crterios de avaliação da atividade:** criatividade (30%), potencial de conscientização dos alunos (40%) e número de alunos atingidos sobre o total (30%).

# Estudar vale a pena!

## Inteligência

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em alunos que apresentam características que compõem o perfil dos jovens que mais abandonam a escola.

Assim como o princípio das Ações Especiais é de concentrar esforços nas turmas com maior probabilidade de abandono, a lógica das atividades de Inteligência é de concentrar esforços junto àqueles alunos que estão dentro do perfil do jovem que abandona a escola.

A definição das atividades de Inteligência começa pela identificação do perfil dos alunos que têm maiores chances de abandonar. Para isso, a escola deve buscar dados históricos e contar com a experiência de membros da secretaria, direção e coordenação. Algumas escolas têm pesquisas que indicam o perfil do aluno que mais abandona. Na falta de um estudo mais aprofundado, vale destacar aquelas características que são indicativas de grande chance de abandono. Em muitas escolas a maioria dos alunos que abandonam os estudos são aqueles que apresentam distorção na faixa etária, ou que trabalham, ou ainda aqueles que estão com quase todas as notas abaixo da média.

Uma vez que a escola tenha traçado o perfil do aluno com maior risco de abandonar, cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha montar uma lista de jovens que se enquadram nesse perfil. Dependendo dos critérios, essa lista deverá ser atualizada constantemente. O critério das notas abaixo da média, por exemplo, tende a mudar a lista de alunos ao longo do ano letivo, por exemplo.

As atividades de Inteligência são focadas em comunicação direta e de precisão. Nas quatro fases são oferecidos desafios pontuais a serem cumpridos. É interessante que a escola leve esse conceito de Inteligência para outras atividades extras que possa desenvolver.

Outro motivo para o uso de ações de comunicação direta é que os alunos com perfil de abandono podem estar espalhados por toda escola. Diferente das Ações Especiais, os alvos das atividades de Inteligência não se encontram todos juntos numa sala de aula.

Finalmente, ao comunicar-se diretamente com aqueles jovens com perfil de risco para o abandono, a escola dispensa uma atenção individual que nem sempre esses jovens estão acostumados.

Na primeira fase da Campanha a escola deverá traçar o perfil do aluno com maior chance de abandonar e propor uma ação de comunicação direta com o grupo de alunos que se enquadra nesse perfil.

Caso a escola não tenha certeza sobre o perfil dos alunos que mais abandonam a escola, sugere-se que seja realizada uma pesquisa via telefone por amostragem aleatória junto a alunos que abandonaram a escola no ano anterior. É importante incluir na abordagem de pesquisa as seguintes variáveis: idade, gênero, renda familiar, se é chefe de família, se estava trabalhando, escolaridade da mãe e do pai, se ajuda financeiramente sua família, meio de transporte que usava para chegar à escola, entre outras variáveis que possam explicar os motivos do abandono.

# Estudar vale a pena!

Traçado o perfil dos jovens com risco de abandono, o Grupo de Coordenação da Campanha deve selecionar os alvos da sua primeira atividade de Inteligência. Esta atividade pode ser uma conversa pessoal, o envio de um bilhete motivador, ou até o envio de uma mensagem de SMS, por exemplo. É importante que o Grupo de Coordenação da Campanha pense em uma comunicação direta que seja realmente impactante para esses jovens e que fale sobre a importância dos estudos para a realização de cada um.

21

Dependendo das características levantadas no perfil, a comunicação direta pode assumir tônicas diferentes. Se a principal característica dos alunos que abandonam a escola X é estar trabalhando, a comunicação deve reconhecer a dificuldade de se conciliar estudos e trabalho ao mesmo tempo em que enfatiza a importância da conclusão da escola para se acessar empregos e salários melhores, por exemplo.

**IMPORTANTE:** realizar ações sem informação é o mesmo que tatear no escuro. Obter informações não é fácil e dá trabalho, porém no momento em que adquirimos informações temos uma poderosa arma nas mãos. Basta usá-la com inteligência.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade de Inteligência, lista de alunos atingidos e fotos (se for possível).

**Pontuação:** a atividade de Inteligência vale até 500 pontos.

**Crerios de avaliação da atividade:** criatividade (30%), potencial de conscientização dos alunos (40%) e número de alunos atingidos sobre o total (30%).

## Evento: Ciclo de Palestras com Ex-alunos

**Objetivo da atividade:** possibilitar a identificação dos alunos com exemplos de vida próximos de sua realidade.

Seguindo a linha de oferecer exemplos de vida aos jovens, a proposta do Ciclo de Palestras é mostrar que pessoas que estudaram na mesma escola conseguiram alcançar seus objetivos na vida.

Para garantir a proximidade e fácil identificação dos alunos, as palestras deverão ser conduzidas por egressos da escola. Neste sentido, pode-se trabalhar com pessoas que se formaram há pouco tempo ou há muitos anos. Irmãos e pais de alunos sempre são bons candidatos a palestrantes. Pessoas de destaque na comunidade também podem servir como exemplos.

O que se espera dos palestrantes é que façam a ligação de sua passagem pela escola com aquilo que já atingiram em suas vidas.

A forma com a qual se dará o ciclo de palestras dependerá a disponibilidade de palestrantes e da estrutura disponível. Podem ser realizadas grandes palestras em auditórios ou palestras por sala de aula. A duração e frequência das palestras também dependerão a disponibilidade de egressos.

# Estudar vale a pena!

Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha buscar os palestrantes, orientá-los em relação aos objetivos do ciclo de palestras e organizar o evento.

**IMPORTANTE:** não esqueça que os palestrantes devem servir como exemplo. Lembre-os que devem planejar o que irão falar e cuidar de sua postura frente aos alunos.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, estimativa de participantes e fotos.

**Pontuação:** a realização do evento vale até 1.000 pontos.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** formato do ciclo de palestras (40%), quantidade de alunos sensibilizados (40%) e número de palestrantes engajados (20%).

22

## Uso Criativo de Informações: Consequências do Abandono

**Objetivo da atividade:** divulgar dados e informações referentes ao abandono no Brasil para conscientizar os jovens de que Estudar Vale a Pena.

Em cada fase da Campanha o Instituto Unibanco enviará à escola um pacote de dados e informações relacionadas ao abandono no Brasil. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha pensar em uma forma criativa de divulgar os dados e informações do pacote.

A criatividade não se expressa simplesmente pela beleza ou pelo inusitado. No caso desta atividade, criatividade significa escolher formas que estejam ao alcance da escola e que realmente garantam que a mensagem seja absorvida pelos seus alunos.

As informações sobre o abandono podem ser divulgadas por meio de veículos tradicionais como murais, meios digitais como a internet, eventos ou atividades pedagógicas.

**IMPORTANTE:** todas as escolas participantes receberão o mesmo pacote de informações. Direcione a sua criatividade para atingir mais resultados.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, exemplares de materiais de comunicação e fotos.

**Pontuação:** a atividade de Inteligência vale até 500 pontos.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** criatividade (50%) e potencial de conscientização dos alunos (50%).

## Atividades Extras

**Objetivo da atividade:** reconhecer o esforço daquelas escolas que realizam atividades que vão além das mínimas e aumentam o impacto da Campanha.

Realizar todas as atividades mínimas exigirá muito planejamento e organização do Grupo de Coordenação da Campanha.

# Estudar vale a pena!

É preciso reconhecer, porém, que muitas escolas já realizam outros tipos de atividades para combater o abandono escolar. Esse esforço merece ser relatado e premiado com pontos.

Dessa forma, o Grupo de Coordenação da Campanha pode relatar Atividades Extras que não se encaixam ou vão além das Atividades Mínimas propostas pela Campanha. Os relatos serão avaliados e poderão ser considerados nos critérios de pontuação.

**IMPORTANTE:** serão consideradas Atividades Extras somente aquelas que estiverem claramente relacionadas com o objetivo de reduzir o índice de abandono da escola.

**Pontuação:** cada atividade extra poderá pontuar até 500 pontos, porém há um máximo de quatro atividades a serem consideradas para efeitos de pontuação.

**Critérios de avaliação da atividade:** criatividade (20%), potencial de conscientização dos alunos (60%) e número de participantes (20%).

23

## Relatório da Primeira Fase

Um relatório da primeira fase deverá ser apresentado pelo Grupo de Coordenação da Campanha, de acordo com a data estipulada pelo Instituto Unibanco.

**IMPORTANTE:** não perca os prazos. As atividades da Campanha somente serão pontuadas para os relatórios enviados dentro do prazo.

Há um modelo de relatório da primeira fase na seção de Modelos do presente Manual. Não altere o formato do relatório. Use os anexos para apresentar qualquer informação fora do padrão.

Os relatórios podem ser enviados até o prazo final por e-mail para o instituto Unibanco. Na versão digital do relatório deve constar a indicação de qualquer material físico que será enviado junto com a versão impressa do relatório. A versão física do relatório deve ser enviada por correio ou via supervisores do Instituto Unibanco, sendo tolerados atrasos, desde que a versão digital tenha sido enviada por e-mail.

Todos os tipos de anexos e evidências físicas das atividades da Campanha são bem vindos e podem aumentar a pontuação da escola.

## Pontuação

A divulgação das pontuações parciais por fase da Campanha fica a critério do Instituto Unibanco de acordo com o volume de escolas participantes.

## Fase 2

A segunda fase da Campanha compreende os meses que antecedem o recesso do meio do ano. O que define o fim dessa fase é a data de entrega de relatório da mesma. Para efeitos de planejamento das ações pode-se considerar que a fase 2 acontece entre os meses de maio e julho.

O objetivo dessa fase é despertar o interesse dos jovens em relação à problemática do abandono. Espera-se que os jovens entendam que fazem parte do problema e da solução do abandono no Brasil.

Devido à proximidade do recesso do meio do ano e período de avaliações, a segunda fase contempla menos atividades. Além disso, privilegia-se o uso de comunicações diretas e pessoais.

A atividade mais marcante da segunda fase é a realização da SuperAção. O evento mobiliza a escola e tem o potencial de engajar diversos atores da comunidade escolar na melhoria do ambiente e na atratividade da escola para os jovens.

É ao final da segunda fase que está prevista a segunda inserção do Estudar Vale a Pena em sala de aula. Esta ação é realizada por um aplicador especialmente capacitado pelo Instituto Unibanco.

A seguir são apresentadas as atividades consideradas “mínimas” para a realização da segunda fase da Campanha. É importante lembrar que uma “atividade mínima” que não é realizada não implica na desclassificação da escola, apenas significa que não houve pontuação naquele quesito.

### Atividades Mínimas

A proposta das atividades mínimas é oferecer algumas abordagens para o Grupo de Coordenação da Campanha. A forma como essas atividades serão realizadas depende muito da criatividade e dedicação de cada escola. A seguir são apresentados os tipos de “atividades mínimas” da segunda fase.

#### **Atividade de envolvimento dos professores e alunos: Cartas de Jovem para Jovem**

**Objetivo da atividade:** engajar alunos e professores no combate ativo ao abandono escolar.

Esta atividade visa captar voluntários entre alunos do Ensino Médio e Professores que queiram se engajar no combate ao abandono escolar. A adesão, tanto de jovens, quanto de professores deve ser voluntária.

Os professores que se engajarem na atividade devem atuar como orientadores das cartas. Os jovens serão os remetentes.



# Estudar vale a pena!

As cartas serão remetidas a alunos com baixa frequência e baixo rendimento. Na verdade, essas cartas são a matéria prima da atividade de Inteligência (descrita a seguir).

As cartas devem conter mensagens positivas de apoio e estímulo aos estudos. Aos alunos com baixa frequência, deve-se estimular o retorno às aulas. Aos alunos com baixo rendimento, deve-se mostrar que eles não podem desistir sem tentar. Em todos os casos, as cartas devem mostrar que Estudar Vale a Pena.

25

Os Agentes Jovens terão como uma de suas atividades da segunda fase da Campanha apoiar o Grupo de Coordenação da Campanha a mobilizar professores e alunos voluntários para esta atividade. Os Agentes Jovens podem multiplicar o seu poder mobilizador se envolverem os representantes das turmas do Ensino Médio.

O processo para se chegar às cartas deve ser o seguinte:

- O Grupo de Coordenação da Campanha deve fazer um levantamento da lista de alunos com baixa frequência e dos alunos com baixo rendimento;
- Com o apoio dos Agentes Jovens, buscar voluntários entre alunos do Ensino Médio e Professores;
- Dividir o grupo de alunos voluntários entre os professores;
- Dividir os alunos das listas entre os jovens voluntários;
- Estimular que os professores orientadores reúnam-se com seus orientandos para combinar prazos e sistemática de trabalho;
- Os alunos voluntários devem escrever um rascunho da carta para avaliação do professor orientador;
- Feitas as correções necessárias, os alunos escrevem suas cartas de forma pessoal e direcionadas nominalmente para os alunos das listas;

Nota: os orientadores devem direcionar o teor da carta de acordo com a situação do jovem na lista (frequência ou rendimento);

- O Grupo de Coordenação da Campanha deve buscar apoio da secretaria da escola para envelopar, endereçar e enviar as cartas. Caso a escola não tenha recursos financeiros para os envios, uma alternativa é entregar as cartas diretamente aos jovens das listas, ou estimular os remetentes (alunos voluntários) a utilizar a modalidade de carta social nas agências dos Correios. No caso de uso da carta social, é preciso que os orientadores expliquem como funciona este dispositivo da ECT aos alunos e acompanhem o envio das cartas.

**IMPORTANTE:** a carta nominal e com mensagem direcionada para situação vivenciada pelo jovem com baixa frequência ou rendimento deve ter alto impacto. Os professores orientadores devem indicar a melhor abordagem para motivar e inspirar os alunos.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, cópias de alguns exemplares das cartas e lista de alunos e professores voluntários.

**Pontuação:** para cada aluno voluntário 50 pontos e para cada professor voluntário 200 pontos.

# Estudar vale a pena!

**CrITÉrios de avaliaÇão da atividade:** quantidade de alunos e professores voluntários e de cartas enviadas.

## Atividade dos Agentes Jovens: Mobilização

**Objetivo da atividade:** potencializar as atividades de envio de cartas e a SuperAção junto à comunidade escolar.

26

Os Agentes Jovens serão desafiados a apoiar o Grupo de Coordenação da Campanha a mobilizar a comunidade escolar em torno de duas atividades: o envio de cartas e a SuperAção.

Uma vez que os Agentes Jovens são capacitados a utilizar ferramentas de mobilização eles devem servir de apoio na captação de jovens e professores voluntários para escrever as Cartas de Jovem para Jovem. Nesse sentido, além do apoio em termos de mobilização, espera-se que os Agentes Jovens sirvam de exemplo e sejam voluntários também.

Além de mobilizar alunos e professores em torno da atividade das cartas, os Agentes Jovens serão estimulados a se envolver no planejamento e realização da SuperAção na escola.

**IMPORTANTE:** o grupo de Agentes Jovens trabalhará esta atividade junto à capacitação que estarão recebendo de instituições parceiras do Instituto Unibanco. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha estimular e acompanhar a realização das tarefas.

**Registro:** o registro das atividades dos Agentes Jovens se dá de forma indireta no registro das atividades das Cartas de Jovem para Jovem e da SuperAção.

**Pontuação:** o envolvimento dos Agentes Jovens em cada uma das atividades vale 100 pontos.

**CrITÉrios de avaliaÇão da atividade:** declaração do envolvimento dos Agentes Jovens por parte do Grupo de Coordenação da Campanha no relatório da fase.

## Ação Especial

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em turmas que historicamente apresentam maiores índices de abandono.

Este tipo de atividade foi descrita na primeira fase.

Na segunda fase da Campanha o **desafio para o Grupo de Coordenação é de realizar uma Ação Especial** junto a cada turma alvo.

É interessante que esta Ação Especial seja diferenciada, ao mesmo tempo em que dá continuidade ao que foi trabalhado das duas primeiras ações.

É importante lembrar que o envolvimento dos representantes das turmas que são alvo das Ações Especiais é peça fundamental para o sucesso das ações.

# Estudar vale a pena!

**IMPORTANTE:** Ações Especiais serão realizadas em todas as fases da Campanha. Sabendo disso, realize um planejamento amplo de Ações Especiais, para que as mesmas tenham coerência (leia os itens de Ações Especiais das demais fases).

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato das ações especiais, lista de alunos atingidos e fotos.

**Pontuação:** a realização da Ação Especial vale 500 pontos, porém só tem validade se atingir a totalidade das turmas alvo.

**CrITÉRIOS de avaliação da atividade:** criatividade (30%), potencial de conscientização dos alunos (40%) e número de alunos atingidos sobre o total (30%).

27

## Inteligência

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em alunos que apresentam características que compõem o perfil dos jovens que mais abandonam a escola.

A atividade de Inteligência da segunda fase envolve jovens voluntários e professores no combate ao abandono.

Cabe ao sistema de Inteligência da escola destacar os alunos que apresentam baixa frequência e baixo rendimento escolar.

A atividade de envolvimento de professores e alunos se encarregará de munir a Inteligência com cartas nominais aos jovens selecionados. A logística de envio das cartas cabe ao sistema de Inteligência, supervisionada pelo Grupo de Coordenação da Campanha.

**IMPORTANTE:** falta de verba não pode ser desculpa para não realizar a atividade. Entrega em mãos, envio de e-mails ou o uso de carta social dos Correios são algumas das alternativas de baixíssimo custo para viabilizar esta atividade de Inteligência.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, cópias de alguns exemplares das cartas e lista de alunos com baixo rendimento e baixa frequência.

**Pontuação:** para cada carta enviada 50 pontos.

**CrITÉRIOS de avaliação da atividade:** quantidade de cartas enviadas.

## Evento: SuperAção

**Objetivo da atividade:** estimular melhorias na escola por meio da mobilização de toda a comunidade escolar.

A “**SuperAção na Escola**” é uma ação solidária promovida dentro da escola. Acontece em um sábado em que é proposto um tema para a escola mobilizar recursos humanos e doações, além de promover atividades em prol da melhoria do ambiente escolar.

# Estudar vale a pena!

A SuperAção acontece com as seguintes etapas:

- Levantamento das necessidades da escola;
- Proposta das atividades que serão desenvolvidas pela comunidade escolar;
- Planejamento da SuperAção;
- Mobilização da comunidade escolar para participar da SuperAção;
- Um dia de SuperAção: as atividades propostas, de acordo com a necessidade de cada escola, deverão ser cumpridas durante o dia de SuperAção. Caso a escola decida realizar uma ação que leve mais de um dia para ser realizada, ela pode iniciar a ação antes do dia da SuperAção, porém deve obrigatoriamente finalizar a benfeitoria no dia determinado.

28

É importante que o Grupo de Coordenação da Campanha se engaje no planejamento e realização das atividades da SuperAção. A seguir são apresentados os três temas que a escola pode optar por realizar. De acordo com o tema são sugeridos grupos de atividades que podem ser conduzidos no dia da SuperAção:

Melhoramentos	Meio Ambiente	Esporte e Cultura
<b>1. AÇÕES ESTRUTURAIS</b> (1.1 limpeza, 1.2 pintura, 1.3 consertos elétricos, 1.4 consertos hidráulicos, 1.5 reparação de mobília, 1.6 reforma de ambientes e 1.7 montagem de ambientes)	<b>1. AÇÕES DE PRESERVAÇÃO</b> (1.1 limpeza, 1.2 consertos elétricos, 1.3 consertos hidráulicos)	<b>1. AÇÕES ESTRUTURAIS</b> (1.1 limpeza, 1.2 pintura, 1.3 consertos elétricos, 1.4 consertos hidráulicos, 1.5 reparação de mobília, 1.6 reforma de ambientes e 1.7 montagem de ambientes)
Salas de aula	Salas de aula	Quadras esportivas
Banheiros	Banheiros	Áreas abertas onde alunos praticam esportes
Sala dos professores	Sala dos professores	Parquinhos e playgrounds
Secretaria	Secretaria	Auditório / teatro / conservatório
Laboratório	Laboratório	Ginásio
Biblioteca	Biblioteca	Biblioteca
Quadras	Quadras	Salas multimeios
Cantina	Cantina	Vestiários
Cozinha	Cozinha	Banheiros próximos das áreas esportivas ou culturais
Pátio	Pátio	Depósito de materiais esportivos ou instrumentos
<i>1.8 Outras ações estruturais</i>	<i>1.4 Eficiência Energética e Redução no Consumo de Água</i>	<i>1.8 Outras ações estruturais</i>
Criação de rádio escolar	Substituição de lâmpadas incandescentes por lâmpadas econômicas	Reparos em balizas, cestas, redes, etc.
Jardinagem	Instalação de metais sanitários econômicos	Reparos em alambrados
Instalação de ventiladores	Instalação de válvulas de descarga econômicas	Colocação de balizas, cestas, redes, etc.
Criação de horta	Substituição de mangueiras furadas	Colocação de alambrado
Reforma do telhado	Troca de registros de água com defeito	Sinalização de áreas esportivas ou culturais
Construção de estacionamento	Instalação de fotocélulas	Colocação de cartazes e placas que conscientizam sobre os benefícios da prática de esportes ou acesso à cultura
Grafitagem	Instalação de sensores de presença para iluminação	<b>2. AÇÕES INTERATIVAS</b>
<b>2. AÇÕES INTERATIVAS</b>	<b>1.5 Jardinagem</b>	<b>2.1 Artísticas / Culturais</b>
<b>2.1 Artísticas / Culturais</b>	Reforma / revitalização de jardins, hortas e áreas verdes	Apresentação de dança
Apresentação de dança	Identificação de espécies vegetais	Apresentação de filmes e documentários sobre esporte ou cultura
Apresentação de filmes	Poda de árvores (autorizada pela	Apresentação de teatro temática:

# Estudar vale a pena!

	prefeitura)	esportes ou cultura
Apresentação de teatro	Plantio de mudas	Apresentação musical temática: esportes ou cultura
Apresentação musical	Criação de canteiro para compostagem	Oficina de grafite e desenho temática: esportes ou cultura
Oficina de grafite e desenho	Criação de horta de legumes, verduras, temperos e plantas medicinais	Oficinas de artesanato relacionado a esportes ou cultura
Oficinas de artesanato	Criação de pomar	Oficinas de dança
Oficinas de dança	1.6 Gerenciamento de Resíduos (coleta e destinação)	Oficinas de modalidades circenses
Recital de poesias	Instalação de recipientes para coleta seletiva do lixo	Recital de poesias
Show de talentos	Instalação de recipientes para coleta de pilhas e baterias	2.2 Esportivas
2.2 Esportivas	Instalação de recipientes para coleta de equipamentos eletrônicos	Apresentações de artes marciais
Apresentações de artes marciais	Instalação de recipientes para coleta de óleo de cozinha	Oficinas esportivas
Oficinas esportivas	1.7 Minimização da Poluição Visual	Realização de jogos entre alunos da escola
Roda de capoeira	Revitalização de praça ou espaço público próximo da escola	Programação de recreação para crianças
2.3 Educativas	Pintura dos muros da escola	Oficina sobre xadrez
Aulas de reforço	Pintura da escola	Roda de capoeira
Debates	Troca de vidros quebrados	2.3 Educativas
Oficina de montagem de currículo	2. AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO DA COMUNIDADE	Palestra sobre drogas
Oficina de rádio e locução	2.1 Artísticas / Culturais	Palestra sobre nutrição
Oficina de trabalho com material reciclável	Apresentação de dança temática meio ambiente	Palestra sobre os benefícios da prática esportiva
Oficina estética (corte de cabelo, maquiagem, etc)	Apresentação de filmes e documentários sobre meio ambiente	Palestra sobre violência nos estádios
Oficinas de inclusão digital	Apresentação de teatro sobre meio ambiente	Palestra sobre educação física
Oficinas de línguas estrangeiras	Apresentação musical temática	Oficinas sobre a criação de jogos e brincadeiras
Oficinas sobre desenvolvimento sustentável	Oficina de grafite e desenho temática	Aulas sobre o corpo humano
Orientação vocacional	Oficinas de artesanato com sucata e material reciclado	2.4 Entretenimento
Palestra consumo consciente	Recital de poesias sobre meio ambiente	Aula de culinária - comidas saudáveis
Palestra de empreendedorismo	2.2 Educativas	Gincana esportiva
Palestra drogas	Palestra sobre sustentabilidade	Jogos e brincadeiras
Palestra educação sexual	Palestra sobre recursos naturais	2.5 Sociais
Palestra sobre educação financeira	Palestra sobre meio ambiente	Realização de amistosos com jovens de outras escolas (150 pontos pela realização independente da quantidade de jogos)
Palestra sobre segurança / corpo de bombeiros	Palestra sobre poluição atmosférica ou dos solos	Avaliação postural
Palestras de faculdades/universidades	Palestra sobre aquecimento global	Oferta de serviços de saúde e beleza com voluntários (pressão arterial, orientação nutricional, massagens, corte de cabelo, etc)
2.4 Entretenimento	Palestra sobre saúde e meio ambiente	Sorteios de brindes
Aula de culinária	Palestra sobre consumo consciente	3. DOAÇÕES
Brinquedos (piscina de bolinhas, brinquedos infláveis)	Oficina de trabalho com produtos recicláveis	3.1 Construção e reforma
Desfile de moda	Oficina de produção de detergente ecológico	Areia
Gincana	Oficina de produção de brinquedos com material reciclável	Assentos para privada
Jogos e brincadeiras	Feira de ciências temática meio ambiente	Brita ou pedras
2.5 Sociais	Debates sobre meio ambiente	Cal
Agasalhos para doação (peça)	2.3 Entretenimento	Chuveiros
Bingo	Aula de culinária orgânica	Cimento
Brinquedos	Desfile de roupas produzidas com	Colas e fitas adesivas

# Estudar vale a pena!

	material reciclado	
Feirinha/brechó	Gincana ecológica	Disjuntores e filtros
Material reciclável para venda (item)	Jogos e brincadeiras temáticos	Ferramentas elétricas (furadeiras, serras, etc)
Oferta de serviços de saúde e beleza com voluntários (pressão arterial, orientação nutricional, massagens, corte de cabelo, etc)	2.4 Sociais	Ferramentas manuais (martelo, serrote, etc)
Sorteios de brindes	Caminhada ecológica	Fios e cabos elétricos
<b>3. DOAÇÕES</b>	Blitz da dengue no bairro	Interruptores
<b>3.1 Construção e reforma</b>	Distribuição de mudas para a comunidade	Lixas
Areia	Feira de trocas	Louças
Assentos para privada	<b>3. DOAÇÕES</b>	Luminárias
Brita ou pedras	<b>3.1 Construção e reforma</b>	Maçanetas e fechaduras
Cal	Areia	Madeira
Chuveiros	Brita ou pedras	Metais sanitários
Cimento	Cal	Pincéis e rolos
colas e fitas adesivas	Cimento	Prateleiras
Disjuntores e filtros	Colas e fitas adesivas	Pregos, parafusos, porcas e arruelas
Ferramentas elétricas (furadeiras, serras, etc)	Disjuntores e filtros	Telhas
Ferramentas manuais (martelo, serrote, etc)	Ferramentas elétricas (furadeiras, serras, etc)	Tijolo e blocos
Fios e cabos elétricos	Ferramentas manuais (martelo, serrote, etc)	Tintas e vernizes
Interruptores	Fios e cabos elétricos	Tomadas
Lixas	Interruptores	Tubos e conexões
Louças	Lixas	Vidros
Luminárias	Louças	<b>3.2 Infraestrutura da escola</b>
Maçanetas e fechaduras	Luminárias	Bebedouros
Madeira	Madeira	Cestos de lixo
Metais sanitários	Metais sanitários	Cortinas e persianas
Pincéis e rolos	Pincéis e rolos	Eletrodomésticos
Prateleiras	Pregos, parafusos, porcas e arruelas	Equipamentos de informática
Pregos, parafusos, porcas e arruelas	Telhas	Lâmpadas
Telhas	Tijolo e blocos	Lousas
Tijolo e blocos	Tintas e vernizes	Quadros de aviso e murais
Tintas e vernizes	Tomadas	Ventiladores
Tomadas	Tubos e conexões	<b>3.3 Limpeza</b>
Tubos e conexões	Vidros	Instrumentos de limpeza (vassouras, rodos, etc)
Vidros	<b>3.2 Materiais e Equipamentos para redução de consumo</b>	Insumos de limpeza (panos, buchas, esponjas, etc)
<b>3.2 Infraestrutura da escola</b>	Eletrodomésticos selo Procel A	Luvas para limpeza
Bebedouros	Louças sanitárias que reduzem o consumo de água	Sabão Líquido
Cestos de lixo	Metais sanitários que reduzem o consumo de água	Toalhas descartáveis
Cortinas e persianas	Lâmpadas eficientes / econômicas	Produtos de limpeza (líquidos)
Eletrodomésticos	Fotocelulas	Produtos de limpeza (sabão em pó, saponáceo, etc)
Equipamentos de informática	Sensores de presença	Sacos de lixo
Lâmpadas para a sala de aula	<b>3.3 Infraestrutura da escola</b>	<b>3.4 Alimentos</b>
Lousas	Cestos de lixo / recipientes para coleta de resíduos	Doação de lanches para consumo no dia da SuperAção
Quadros de aviso e murais	Placas e banners para sinalização	<b>3.5 Material esportivo</b>
Ventiladores	Quadros de aviso e murais	
<b>3.3 Limpeza</b>	<b>3.4 Limpeza</b>	Uniformes para prática de esportes
Instrumentos de limpeza (vassouras, rodos, etc)	Instrumentos de limpeza (vassouras, rodos, etc)	Bolas, raquetes, tacos, cordas, luvas, etc.
Insumos de limpeza (panos, buchas, esponjas, etc)	Insumos de limpeza (panos, buchas, esponjas, etc)	Redes, aros para cestas, tabelas, etc.
Luvas para limpeza	Luvas para limpeza	Balizas, traves, postes, etc
Sabão Líquido	Sabão Líquido	Apitos e bandeiras
Toalhas descartáveis	Toalhas descartáveis	Instrumentos para charanga
Produtos de limpeza (líquidos)	Produtos de limpeza (líquidos)	Sapatilhas, tênis, chuteiras
Produtos de limpeza (sabão em pó,	Produtos de limpeza (sabão em pó,	<b>3.6 Material cultural</b>

# Estudar vale a pena!

saponáceo, etc)	saponáceo, etc)	
Sacos de lixo	Sacos de lixo	Livros/Revistas/Gibis (livros didáticos ou aqueles doados pela Secretaria da Educação não podem ser contabilizados)
<b>3.4 Material Escolar</b>	<b>3.5 Jardinagem</b>	Fantasia para teatro ou instrumentos musicais
Insumos e suprimentos de informática (cartuchos, cds, etc)	Mudas	Equipamentos de som e luz para apresentações
Livros/Revistas/Gibis (livros didáticos ou aqueles doados pela Secretaria da Educação não podem ser contabilizados)	Vasos	
Material escolar (canetas, lápis, cadernos, etc)	Sementes	
Papel para impressão/reprodução	Substrato	
<b>3.5 Alimentos</b>	Terra	
	Adubo / humus	
Alimentos não perecíveis	Mangueira	
Doação de lanches para consumo no dia da SuperAção	Ferramentas para jardinagem	
	<b>3.6 Material Escolar</b>	
	Papel reciclado para impressão/reprodução	
	Sucata / material reciclado para uso em oficinas	
	<b>3.7 Alimentos</b>	
	Doação de lanches para consumo no dia da SuperAção	

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, exemplares de materiais e fotos.

**Pontuação:** a realização da SuperAção na escola vale até 3.000, de acordo com a quantidade e variedade de atividades realizadas.

**Critérios de avaliação da atividade:** variedade e quantidade de elementos sugeridos na tabela que foram realizados pela escola.

## Uso Criativo de Informações: Causas do Abandono

**Objetivo da atividade:** divulgar dados e informações referentes ao abandono no Brasil para conscientizar os jovens de que Estudar Vale a Pena.

Em cada fase da Campanha o Instituto Unibanco enviará à escola um pacote de dados e informações relacionadas ao abandono no Brasil. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha pensar em uma forma criativa de divulgar os dados e informações do pacote.

A criatividade não se expressa simplesmente pela beleza ou pelo inusitado. No caso desta atividade, criatividade significa escolher formas que estejam ao alcance da escola e que realmente garantam que a mensagem seja absorvida pelos seus alunos.

As informações sobre o abandono podem ser divulgadas por meio de veículos tradicionais como murais, meios digitais como a internet, eventos ou atividades pedagógicas.

**IMPORTANTE:** todas as escolas participantes receberão o mesmo pacote de informações. Direcione a sua criatividade para atingir mais resultados.



# Estudar vale a pena!

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, exemplares de materiais de comunicação e fotos.

**Pontuação:** a atividade de Inteligência vale até 500 pontos.

**Critérios de avaliação da atividade:** criatividade (50%) e potencial de conscientização dos alunos (50%).

32

## Atividades Extras

**Objetivo da atividade:** reconhecer o esforço daquelas escolas que realizam atividades que vão além das mínimas e aumentam o impacto da Campanha.

Realizar todas as atividades mínimas exigirá muito planejamento e organização do Grupo de Coordenação da Campanha.

É preciso reconhecer, porém, que muitas escolas já realizam outros tipos de atividades para combater o abandono escolar. Esse esforço merece ser relatado e premiado com pontos.

Dessa forma, o Grupo de Coordenação da Campanha pode relatar Atividades Extras que não se encaixam ou vão além das Atividades Mínimas propostas pela Campanha. Os relatos serão avaliados e poderão ser considerados nos critérios de pontuação.

**IMPORTANTE:** serão consideradas Atividades Extras somente aquelas que estiverem claramente relacionadas com o objetivo de reduzir o índice de abandono da escola.

**Pontuação:** cada atividade extra poderá pontuar até 500 pontos, porém há um máximo de quatro atividades a serem consideradas para efeitos de pontuação.

**Critérios de avaliação da atividade:** criatividade (20%), potencial de conscientização dos alunos (60%) e número de participantes (20%).

## Relatório da Segunda Fase

Um relatório da segunda fase deverá ser apresentado pelo Grupo de Coordenação da Campanha, de acordo com a data estipulada pelo Instituto Unibanco.

**IMPORTANTE:** não perca os prazos. As atividades da Campanha somente serão pontuadas para os relatórios enviados dentro do prazo.

Há um modelo de relatório da segunda fase na seção de Modelos do presente Manual. Não altere o formato do relatório. Use os anexos para apresentar qualquer informação fora do padrão.

Os relatórios podem ser enviados até o prazo final por e-mail para o instituto Unibanco. Na versão digital do relatório deve constar a indicação de qualquer material físico que será enviado junto com a versão impressa do relatório. A versão física do relatório deve ser enviada por correio ou via supervisores do Instituto Unibanco, sendo tolerados atrasos, desde que a versão digital tenha sido enviada por e-mail.



# Estudar vale a pena!

Todos os tipos de anexos e evidências físicas das atividades da Campanha são bem vindos e podem aumentar a pontuação da escola.

## **Pontuação**

A divulgação das pontuações parciais por fase da Campanha fica a critério do Instituto Unibanco de acordo com o volume de escolas participantes.

## Fase 3

A terceira fase da Campanha compreende os meses subsequentes ao recesso do meio do ano letivo. O que define o fim dessa fase é a data de entrega de relatório da mesma. Para efeitos de planejamento das ações pode-se considerar que a fase 3 acontece entre os meses de julho e setembro.

O objetivo dessa fase é levar os jovens a ação. Espera-se conquistar o comprometimento consciente dos jovens pela permanência na escola e conclusão do Ensino Médio.

34

A terceira fase não é muito carregada de atividades, respeitando o tempo necessário para retorno do recesso.

É ao final da terceira fase que está prevista a terceira inserção da ação do Estudar Vale a Pena em sala de aula. Esta ação é realizada por um aplicador especialmente capacitado pelo Instituto Unibanco.

A seguir são apresentadas as atividades consideradas “mínimas” para a realização da terceira fase da Campanha. É importante lembrar que uma “atividade mínima” que não é realizada não implica na desclassificação da escola, apenas significa que não houve pontuação naquele quesito.

## Atividades Mínimas

A proposta das atividades mínimas é oferecer algumas abordagens para o Grupo de Coordenação da Campanha. A forma como essas atividades serão realizadas depende muito da criatividade e dedicação de cada escola. A seguir são apresentados os tipos de “atividades mínimas” da terceira fase.

### Atividade dos Agentes Jovens: Termos de Compromisso

**Objetivo da atividade:** resgatar valores e comprometer os jovens com sua permanência na escola e conclusão do Ensino Médio.

Os Agentes Jovens serão desafiados a buscar a assinatura de todos os alunos do Ensino Médio em um Termo de Compromisso de Conclusão do Ensino Médio.

Os Termos serão fornecidos pelo Instituto Unibanco.

Os Agentes Jovens serão instruídos a convencer seus colegas de que concluir o Ensino Médio deve ser um compromisso assumido por cada um. Nesse sentido, a assinatura do termo será valorizada como prova do comprometimento.

Aqueles que assinarem o Termo de Compromisso de Conclusão do Ensino Médio receberão um botton.

Os Agentes Jovens deverão manter em local visível na escola duas listas, contendo os nomes dos alunos que já aderiram ao termo e aqueles que ainda estão sendo procurados.

# Estudar vale a pena!

A meta dos Agentes Jovens é de conversar com todos seus colegas e tentar convencê-los de assinar o termo.

Os documentos assinados podem ser usados pela escola em outras oportunidades. A lista de alunos que não foram convencidos ou acessados também poderá ser usada para ações posteriores de conscientização.

**IMPORTANTE:** o grupo de Agentes Jovens trabalhará esta atividade junto à capacitação que estarão recebendo de instituições parceiras do Instituto Unibanco. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha estimular e acompanhar a realização da tarefa.

35

**Brinde aos participantes:** bottons para os alunos que assinarem o Termo.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relatos da atividade, lista de alunos que assinaram o termo, lista de alunos que não assinaram o termo e fotos.

**Pontuação:** um máximo de 1.000, proporcional ao total de alunos que assinaram o termo, em relação ao total de alunos.

**Crítérios de avaliação da atividade:** proporção de alunos que assinaram os termos.

## Ação Especial

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em turmas que historicamente apresentam maiores índices de abandono.

Este tipo de atividade foi descrita na primeira fase.

Na terceira fase da Campanha o **desafio para o Grupo de Coordenação é de realizar uma Ação Especial** junto a cada turma alvo.

É interessante que esta Ação Especial seja diferenciada, ao mesmo tempo em que dá continuidade ao que foi trabalhado das três primeiras ações.

É importante lembrar que o envolvimento dos representantes das turmas que são alvo das Ações Especiais é peça fundamental para o sucesso das ações.

**IMPORTANTE:** Ações Especiais serão realizadas em todas as fases da Campanha. Sabendo disso, realize um planejamento amplo de Ações Especiais, para que as mesmas tenham coerência (leia os itens de Ações Especiais das demais fases).

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato das ações especiais, lista de alunos atingidos e fotos.

**Pontuação:** a realização da Ação Especial vale 500 pontos, porém só tem validade se atingir a totalidade das turmas alvo.

**Crítérios de avaliação da atividade:** criatividade (30%), potencial de conscientização dos alunos (40%) e número de alunos atingidos sobre o total (30%).

# Estudar vale a pena!

## Inteligência

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em alunos que apresentam características que compõem o perfil dos jovens que mais abandonam a escola.

A atividade de Inteligência da terceira fase envolve a secretaria da escola no combate ao abandono.

Cabe ao sistema de Inteligência da escola destacar os alunos que apresentam baixa frequência ou que não retornaram às aulas após o recesso do meio do ano letivo.

Uma vez identificados os alunos que serão alvo da ação, a escola deve tentar fazer contato por telefone com os mesmos.

O padrão de ligações é de até três tentativas para cada jovem.

Quando for possível estabelecer contato com o jovem, a conversa deve ser em tom estimulante, não de cobrança. É importante que a pessoa que fez o contato anote o resultado da conversa, indicando se o jovem pretende voltar a frequentar a escola e quais são os motivos para as suas faltas. Esses dados podem ser importantes para orientar ações futuras de combate ao abandono.

**IMPORTANTE:** as pessoas envolvidas nas ligações devem ser orientadas a usar o seu poder de convencimento para resgatar os jovens, sempre destacando os benefícios da escola e os desdobramentos do abandono para o futuro dos jovens.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relatório de ligações para os alunos, conforme o relatório padrão da fase 3.

**Pontuação:** para cada contato com um aluno da lista 50 pontos.

**Critérios de avaliação da atividade:** quantidade de contatos efetivos.

## Evento: Feira de Profissões

**Objetivo da atividade:** realizar um evento que amplie os horizontes profissionais dos jovens.

Muitas escolas já realizam feiras de profissões. Este tipo de evento sempre é muito válido para ampliar os horizontes profissionais dos jovens, explorar possibilidades de carreira, apresentar oportunidades de formação e qualificação.

O Grupo de Coordenação da Campanha pode pensar em meios de tornar a feira de profissões ainda mais alinhada com os objetivos do Estudar Vale a Pena. Nesse sentido, algumas dicas podem ser seguidas:

1. Envolver instituições de ensino – universidades, escolas técnicas, cursos de tecnologia, escolas de formação livre, sistema S (SENAI, SEBRAE, SESI, SENAC);
2. Mostre caminhos de formação e qualificação – a feira deve trabalhar a relação do Ensino Médio com todas as possibilidades de formação e qualificação;

# Estudar vale a pena!

3. Represente vários tipos de profissão – misture carreiras tradicionais (professor, médico, engenheiro) com carreiras emergentes (telecomunicações, biotecnologia, terceiro setor);
4. Relacione informações sobre salários iniciais e rendimentos médios com tempo e esforço de estudo envolvidos em cada carreira;
5. Apresente exemplos de vida – profissionais de diversas áreas podem ser convidados para explicar suas atividades e o seu mercado de trabalho. Ao mesmo tempo em que fornecem informações, tornam-se exemplos positivos para os jovens;
6. Aproveite para envolver pais e famílias – pais podem ser exemplos profissionais, assim como podem ser sensibilizados a motivar seus filhos a buscar mais formação;
7. Envolver alunos e professores – estimule a realização de atividades pedagógicas que trabalhem a feira de profissões antes e depois do evento. Os alunos não devem ser meros espectadores da feira.

37

**IMPORTANTE:** o Grupo de Coordenação da Campanha deve pensar em artifícios para tornar a feira muito atrativa. Parcerias com instituições e profissionais, sorteios de brindes e atividades diferenciadas podem ser bons caminhos.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, estimativa de participantes e fotos.

**Pontuação:** a realização do evento vale até 1.000 pontos.

**Crterios de avaliao da atividade:** criatividade (30%), potencial de conscientizao dos alunos (40%) e nmero de participantes (30%).

## Uso Criativo de Informaes: Benefcios da Permanncia na Escola

**Objetivo da atividade:** divulgar dados e informaes referentes ao abandono no Brasil para conscientizar os jovens de que Estudar Vale a Pena.

Em cada fase da Campanha o Instituto Unibanco enviará à escola um pacote de dados e informaes relacionadas ao abandono no Brasil. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha pensar em uma forma criativa de divulgar os dados e informaes do pacote.

A criatividade não se expressa simplesmente pela beleza ou pelo inusitado. No caso desta atividade, criatividade significa escolher formas que estejam ao alcance da escola e que realmente garantam que a mensagem seja absorvida pelos seus alunos.

As informaes sobre o abandono podem ser divulgadas por meio de veculos tradicionais como murais, meios digitais como a internet, eventos ou atividades pedagógicas.

**IMPORTANTE:** todas as escolas participantes receberão o mesmo pacote de informaes. Direcione a sua criatividade para atingir mais resultados.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, exemplares de materiais de comunicao e fotos.

# Estudar vale a pena!

**Pontuação:** a atividade de Inteligência vale até 500 pontos.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** criatividade (50%) e potencial de conscientização dos alunos (50%).

## Atividades Extras

**Objetivo da atividade:** reconhecer o esforço daquelas escolas que realizam atividades que vão além das mínimas e aumentam o impacto da Campanha.

Realizar todas as atividades mínimas exigirá muito planejamento e organização do Grupo de Coordenação da Campanha.

É preciso reconhecer, porém, que muitas escolas já realizam outros tipos de atividades para combater o abandono escolar. Esse esforço merece ser relatado e premiado com pontos.

Dessa forma, o Grupo de Coordenação da Campanha pode relatar Atividades Extras que não se encaixam ou vão além das Atividades Mínimas propostas pela Campanha. Os relatos serão avaliados e poderão ser considerados nos critérios de pontuação.

**IMPORTANTE:** serão consideradas Atividades Extras somente aquelas que estiverem claramente relacionadas com o objetivo de reduzir o índice de abandono da escola.

**Pontuação:** cada atividade extra poderá pontuar até 500 pontos, porém há um máximo de quatro atividades a serem consideradas para efeitos de pontuação.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** criatividade (20%), potencial de conscientização dos alunos (60%) e número de participantes (20%).

## Relatório da terceira Fase

Um relatório da terceira fase deverá ser apresentado pelo Grupo de Coordenação da Campanha, de acordo com a data estipulada pelo Instituto Unibanco.

**IMPORTANTE:** não perca os prazos. As atividades da Campanha somente serão pontuadas para os relatórios enviados dentro do prazo.

Há um modelo de relatório da terceira fase na seção de Modelos do presente Manual. Não altere o formato do relatório. Use os anexos para apresentar qualquer informação fora do padrão.

Os relatórios podem ser enviados até o prazo final por e-mail para o instituto Unibanco. Na versão digital do relatório deve constar a indicação de qualquer material físico que será enviado junto com a versão impressa do relatório. A versão física do relatório deve ser enviada por correio ou via supervisores do Instituto Unibanco, sendo tolerados atrasos, desde que a versão digital tenha sido enviada por e-mail.

# Estudar vale a pena!

Todos os tipos de anexos e evidências físicas das atividades da Campanha são bem vindos e podem aumentar a pontuação da escola.

## **Pontuação**

A divulgação das pontuações parciais por fase da Campanha fica a critério do Instituto Unibanco de acordo com o volume de escolas participantes.

## Fase 4

A quarta fase da Campanha compreende os últimos meses do ano letivo. O que define o fim dessa fase é a data de entrega de relatório da mesma. Para efeitos de planejamento das ações pode-se considerar que a fase 4 acontece entre os meses de setembro e novembro.

O objetivo dessa fase é reforçar e premiar a permanência dos jovens que estão se encaminhando para o final do ano letivo.

Não é possível esperar o final do ano letivo para encerrar o concurso que acontece junto à Campanha. Por isso, a quarta fase acaba em novembro.

É ao final da quarta fase que os resultados finais das pontuações atribuídas às escolas participantes da Campanha são divulgados. Nessa fase são conhecidas as escolas que serão premiadas.

A seguir são apresentadas as atividades consideradas “mínimas” para a realização da quarta fase da Campanha. É importante lembrar que uma “atividade mínima” que não é realizada não implica na desclassificação da escola, apenas significa que não houve pontuação naquele quesito.

## Atividades Mínimas

A proposta das atividades mínimas é oferecer algumas abordagens para o Grupo de Coordenação da Campanha. A forma como essas atividades serão realizadas depende muito da criatividade e dedicação de cada escola. A seguir são apresentados os tipos de “atividades mínimas” da quarta fase.

### Atividade dos Agentes Jovens: Campanha de Reforço

**Objetivo da atividade:** reforçar junto aos jovens que permaneceram na escola que eles tomaram a decisão certa.

Os Agentes Jovens serão desafiados a criar uma campanha que reforce junto aos alunos da escola que permaneceram até o final do ano letivo que eles tomaram a decisão correta.

Os Agentes Jovens deverão utilizar os resultados de pesquisas que realizaram, além de ferramentas de mobilização e comunicação. Todos estes pontos são trabalhados nas capacitações as quais os Agentes Jovens são submetidos ao longo do ano.

Na quarta fase os Agentes Jovens integram todos esses conhecimentos na criação da campanha de reforço.

**IMPORTANTE:** o grupo de Agentes Jovens trabalhará esta atividade junto à capacitação que estarão recebendo de instituições parceiras do Instituto Unibanco. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha estimular e acompanhar a realização da tarefa.



# Estudar vale a pena!

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato das atividades, fotos e exemplares de materiais de comunicação criados para a campanha.

**Pontuação:** a campanha de reforço vale até 1.000 pontos.

**CrITÉRIOS de avaliação da atividade:** criatividade (20%), potencial de conscientização dos alunos (60%) e número estimado de alunos sensibilizados pela campanha (10%).

41

## Ação Especial

**Objetivo da atividade:** desenvolver ações focadas em turmas que ingressarão em série que historicamente apresentam maiores índices de abandono.

Na quarta fase da Campanha o foco da Ação Especial muda. O Grupo de Coordenação da Campanha deve voltar sua atenção para a série anterior àquela que foi alvo das Ações Especiais nas três primeiras fases. Se as primeiras ações foram realizadas no primeiro ano do Ensino Médio, na quarta fase o foco das ações deve ser o nono ano do Ensino Fundamental. No caso de impossibilidade de se trabalhar a série anterior àquela que foi foco das primeiras ações não é preciso mudar as turmas alvo.

O **desafio para o Grupo de Coordenação é de realizar uma Ação Especial** junto a cada turma alvo.

É importante lembrar que o envolvimento dos representantes das turmas que são alvo das Ações Especiais é peça fundamental para o sucesso das ações.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato das ações especiais, lista de alunos atingidos e fotos.

**Pontuação:** a realização da Ação Especial vale 500 pontos, porém só tem validade se atingir a totalidade das turmas alvo.

**CrITÉRIOS de avaliação da atividade:** criatividade (30%), potencial de conscientização dos alunos (40%) e número de alunos atingidos sobre o total (30%).

## Inteligência

**Objetivo da atividade:** desenvolver uma ação para aumentar a adesão dos alunos ao ENEM.

A atividade de Inteligência da quarta fase tem o objetivo de motivar os alunos que estão inscritos a participarem do ENEM.

Cabe ao sistema de Inteligência da escola destacar os alunos que estão inscritos e promover uma ação de livre escolha que conscientize os alunos a participar do ENEM.

É importante que a ação seja motivadora e que mostre os benefícios de uma boa participação no ENEM.

# Estudar vale a pena!

Os representantes de turmas podem servir de pivô da atividade de Inteligência. O Grupo de Coordenação da Campanha deve se apoiar nos representantes para garantir maior adesão ao ENEM.

**IMPORTANTE:** a escola deve manter um controle do número de alunos que participaram do ENEM para comparar com anos anteriores e avaliar a eficácia da ação realizada.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da ação e fotos.

**Pontuação:** a realização da ação vale até 500 pontos.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** criatividade (40%) e potencial de conscientização dos alunos (60%).

42

## Evento: Planejamento de Cerimônias de Encerramento do Ano

**Objetivo da atividade:** mostrar aos jovens que cada etapa concluída deve ser comemorada, reforçando com estímulos positivos a permanência na escola.

Como a quarta fase da Campanha se encerra antes do final do ano letivo, esta atividade exige apenas planejamento.

O Grupo de Coordenação da Campanha deve pensar em um meio de reconhecer, celebrar e premiar a conclusão do ano letivo de todos os alunos do Ensino Médio. Muitas vezes as cerimônias de formatura são restritas ao terceiro ano. Oferecer estímulos positivos pela conclusão de qualquer uma das etapas do Ensino Médio é muito importante para reforçar junto aqueles que permaneceram que eles fizeram a escolha certa.

Dessa forma, devem ser planejados eventos de celebração e reconhecimento para todos os alunos do Ensino Médio. Pode ser um único e grande evento para todo Ensino Médio, podem ser vários pequenos eventos de sala de aula. Mais do que simplesmente planejar o evento em si, é necessário que a sua divulgação aos alunos seja planejada. Assim a participação no evento será desejada por todos.

O planejamento das cerimônias de encerramento de ano e sua campanha de divulgação deverão constar no relatório da quarta fase da Campanha.

**IMPORTANTE:** não é necessário que o evento seja uma “superprodução”. Se a escola não tem verba para realizar um grande evento, é possível optar por eventos mais simples.

**Registro:** não haverá registros dos eventos, uma vez que os mesmos não terão acontecido ainda. Vale para efeitos de avaliação o planejamento que constará no relatório.

**Pontuação:** o planejamento de eventos de encerramento do ano vale até 500 pontos.

**CrITÉrios de avaliação da atividade:** criatividade (70%) e relação com os objetivos da Campanha (30%).

# Estudar vale a pena!

## Uso Criativo de Informações: Possibilidades de Qualificação / Formação

**Objetivo da atividade:** divulgar dados e informações referentes ao abandono no Brasil para conscientizar os jovens de que Estudar Vale a Pena.

Em cada fase da Campanha o Instituto Unibanco enviará à escola um pacote de dados e informações relacionadas ao abandono no Brasil. Cabe ao Grupo de Coordenação da Campanha pensar em uma forma criativa de divulgar os dados e informações do pacote.

A criatividade não se expressa simplesmente pela beleza ou pelo inusitado. No caso desta atividade, criatividade significa escolher formas que estejam ao alcance da escola e que realmente garantam que a mensagem seja absorvida pelos seus alunos.

As informações sobre possibilidades de qualificação/formação podem ser divulgadas por meio de veículos tradicionais como murais, meios digitais como a internet, eventos ou atividades pedagógicas.

O Grupo de Coordenação da Campanha pode aproveitar esta ocasião para fazer referências ao evento de Feira de Profissões, que deve ter sido realizado na fase anterior.

**IMPORTANTE:** todas as escolas participantes receberão o mesmo pacote de informações. Direcione a sua criatividade para atingir mais resultados.

**Registro:** o registro desta atividade se dá por meio de relato da atividade, exemplares de materiais de comunicação e fotos.

**Pontuação:** a atividade de Inteligência vale até 500 pontos.

**Crítérios de avaliação da atividade:** criatividade (50%) e potencial de conscientização dos alunos (50%).

## Atividades Extras

**Objetivo da atividade:** reconhecer o esforço daquelas escolas que realizam atividades que vão além das mínimas e aumentam o impacto da Campanha.

Realizar todas as atividades mínimas exigirá muito planejamento e organização do Grupo de Coordenação da Campanha.

É preciso reconhecer, porém, que muitas escolas já realizam outros tipos de atividades para combater o abandono escolar. Esse esforço merece ser relatado e premiado com pontos.

Dessa forma, o Grupo de Coordenação da Campanha pode relatar Atividades Extras que não se encaixam ou vão além das Atividades Mínimas propostas pela Campanha. Os relatos serão avaliados e poderão ser considerados nos critérios de pontuação.

**IMPORTANTE:** serão consideradas Atividades Extras somente aquelas que estiverem claramente relacionadas com o objetivo de reduzir o índice de abandono da escola.

# Estudar vale a pena!

**Pontuação:** cada atividade extra poderá pontuar até 500 pontos, porém há um máximo de quatro atividades a serem consideradas para efeitos de pontuação.

**Critérios de avaliação da atividade:** criatividade (20%), potencial de conscientização dos alunos (60%) e número de participantes (20%).

## Relatório da Quarta Fase

Um relatório da quarta fase deverá ser apresentado pelo Grupo de Coordenação da Campanha, de acordo com a data estipulada pelo Instituto Unibanco.

**IMPORTANTE:** não perca os prazos. As atividades da Campanha somente serão pontuadas para os relatórios enviados dentro do prazo.

Há um modelo de relatório da quarta fase na seção de Modelos do presente Manual. Não altere o formato do relatório. Use os anexos para apresentar qualquer informação fora do padrão.

Os relatórios podem ser enviados até o prazo final por e-mail para o instituto Unibanco. Na versão digital do relatório deve constar a indicação de qualquer material físico que será enviado junto com a versão impressa do relatório. A versão física do relatório deve ser enviada por correio ou via supervisores do Instituto Unibanco, sendo tolerados atrasos, desde que a versão digital tenha sido enviada por e-mail.

Todos os tipos de anexos e evidências físicas das atividades da Campanha são bem vindos e podem aumentar a pontuação da escola.

## Pontuação

Ao final da quarta fase as pontuações finais de cada escola serão divulgadas. Os prêmios serão distribuídos de acordo com as pontuações acumuladas ao longo do ano.

## Modelos

### Relatório da Primeira fase

Escola: \_\_\_\_\_

45

Participantes do Grupo de Coordenação da Campanha:

### Atividades Mínimas

#### *Evento: Lançamento da Campanha*

Data de realização do evento: \_\_\_\_\_

Estimativa de público presente: \_\_\_\_\_

Faça um breve relato do evento (apresente um roteiro do evento e relate as impressões sobre os momentos mais marcantes):

O que foi pensado no evento para mobilizar os alunos (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias):

# Estudar vale a pena!

Registre neste espaço depoimento de jovens e professores que participaram do evento:

46

**Coloque em anexo: fotos, listas de presença e outros registros de materiais desenvolvidos para o evento.**

## *Atividade de envolvimento dos professores: Atividades Pedagógicas Temáticas*

Quantidade de Planos de Aula apresentados por professores: \_\_\_\_\_

Como você avalia a **adesão** do corpo docente:

( ) Péssima ( ) Ruim ( ) Boa ( ) Ótima

Como você avalia o **comprometimento** do corpo docente:

( ) Péssimo ( ) Ruim ( ) Bom ( ) Ótimo

Como você avalia a **qualidade das atividades desenvolvidas** pelo corpo docente:

( ) Péssima ( ) Ruim ( ) Boa ( ) Ótima

Como você avalia a **quantidade de planos apresentados em relação à quantidade de professores** do corpo docente:

( ) Péssima ( ) Ruim ( ) Boa ( ) Ótima

**Coloque em anexo: todos os Planos de Aulas Temáticas.**

## *Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação*

Descreva os veículos de comunicação criados pelos Agentes Jovens:

**Coloque em anexo: evidências da existência dos veículos dos Agentes Jovens (fotos, impressões, “print screens”, links).**

# Estudar vale a pena!

## *Atividade para os Alunos do Ensino Médio: Concurso de Cartazes*

Quantidade de cartazes submetidos: \_\_\_\_\_

Data de realização da exposição de Cartazes: \_\_\_\_\_

**Coloque em anexo: fotos da exposição de cartazes e fotos ou reproduções dos melhores cartazes.**

47

### *Ação Especial*

Relate as Ações Especiais (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

Por que você acha que essas ações têm potencial de conscientizar os alunos a respeito do abandono escolar (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias):

# Estudar vale a pena!

Que turmas foram alvo das Ações Especiais (liste as turmas, o total de alunos matriculados e o total de participantes):

48

Datas de realização das Ações Especiais: \_\_\_\_\_

**Coloque em anexo: listas de presença de alunos nas Ações Especiais e fotos da realização das Ações Especiais.**

## *Inteligência*

Qual é o perfil do aluno com maior risco de abandono na sua escola (descreva o perfil levantado pelo Grupo de Coordenação da Campanha; inclua faixa etária, sexo, renda e características de comportamento sempre que possível):

Quantidade de Jovens identificados dentro desse perfil: \_\_\_\_\_

Relate a ação desenvolvida para se comunicar diretamente com os alunos com perfil de risco (descreva os meios e mensagens utilizados para se comunicar com os jovens; comente as reações dos jovens quando acessados pela comunicação):

Quantidade de jovens atingidos pela ação: \_\_\_\_\_



# Estudar vale a pena!

Por que você acha que essa ação tem potencial de conscientizar os jovens de que Estudar Vale a Pena (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

49

**Coloque em anexo: listas de presença de alunos e fotos.**

## *Evento: Ciclo de Palestras com Ex-alunos*

Relate como aconteceu o ciclo de palestras (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

Estimativa de participantes das palestras: \_\_\_\_\_

Número de palestrantes engajados: \_\_\_\_\_

## *Uso Criativo de Informações*

De que forma você utilizou as informações (descreva os meios e mensagens utilizados para se comunicar com os jovens; comente as reações dos jovens quando acessados pela comunicação) ?

# Estudar vale a pena!

Por que você acha que essa forma de divulgação das informações trará melhores resultados (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

50

**Coloque em anexo: fotos e evidências físicas do uso criativo de informações.**

## Atividades Extras

Faça um relato das atividades extras desenvolvidas em sua escola. Procure detalhar datas, números de participantes e objetivos das atividades. Coloque fotos e outros materiais em anexo, sempre que julgar pertinente.

Atividade Extra 1

Atividade Extra 2

Atividade Extra 3

Atividade Extra 4

# Estudar vale a pena!

ANEXOS

## Relatório da Segunda Fase

Escola: \_\_\_\_\_

Participantes do Grupo de Coordenação da Campanha:

52

### Atividades Mínimas

#### *Atividade de envolvimento dos professores e alunos: Cartas de Jovem para Jovem*

Relate como aconteceu a atividade (fale sobre as estratégias de mobilização de alunos e professores; relate os resultados das ações e as reações dos envolvidos):

**Coloque em anexo: lista de alunos e professores voluntários.**

#### **Atividade dos Agentes Jovens: Mobilização**

Como se deu o envolvimento dos Agentes Jovens na mobilização da atividade da carta?

# Estudar vale a pena!

Como se deu o envolvimento dos Agentes Jovens na mobilização da SuperAção?

53

## **Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação**

Houve atualização dos veículos de comunicação criados pelos Agentes Jovens na primeira fase?

( ) sim      ( ) não

## ***Ação Especial***

Relate as Ações Especiais (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

# Estudar vale a pena!

Por que você acha que essas ações têm potencial de conscientizar os alunos a respeito do abandono escolar (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias):

54

Que turmas foram alvo das Ações Especiais (liste as turmas, o total de alunos matriculados e o total de participantes):

Datas de realização das Ações Especiais: \_\_\_\_\_

**Coloque em anexo: listas de presença de alunos nas Ações Especiais e fotos da realização das Ações Especiais.**

## *Inteligência*

Quantos alunos receberam cartas? \_\_\_\_\_

**Coloque em anexo: listas de alunos que receberam cartas e cópias de algumas cartas.**

## *SuperAção*

Qual foi o tema escolhido para a SuperAção na sua escola? \_\_\_\_\_

# Estudar vale a pena!

Relate as ações realizadas em cada grupo de ações (veja a tabela contida na descrição da atividade e aponte o que foi realizado):

Faça uma lista de todas as doações arrecadadas para a realização da SuperAção:

# Estudar vale a pena!

## *Uso Criativo de Informações*

De que forma você utilizou as informações (descreva os meios e mensagens utilizados para se comunicar com os jovens; comente as reações dos jovens quando acessados pela comunicação)?

56

Por que você acha que essa forma de divulgação das informações trará melhores resultados (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

**Coloque em anexo: fotos e evidências físicas do uso criativo de informações.**

## **Atividades Extras**

Faça um relato das atividades extras desenvolvidas em sua escola. Procure detalhar datas, números de participantes e objetivos das atividades. Coloque fotos e outros materiais em anexo, sempre que julgar pertinente.

Atividade Extra 1



# Estudar vale a pena!

Atividade Extra 2

Atividade Extra 3

Atividade Extra 4

## ANEXOS

## Relatório da Terceira fase

Escola: \_\_\_\_\_

Participantes do Grupo de Coordenação da Campanha:

58

### Atividades Mínimas

#### *Atividade dos Agentes Jovens: Termos de Compromisso*

Número de alunos do Ensino Médio: \_\_\_\_\_

Número de alunos que assinaram os Termos: \_\_\_\_\_

Relate como aconteceu a atividade (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

**Coloque em anexo: fotos, lista de alunos que assinaram o termo e lista de alunos que não assinaram o termo.**

#### **Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação**

Houve atualização dos veículos de comunicação criados pelos Agentes Jovens na primeira fase?

( ) sim      ( ) não

# Estudar vale a pena!

## *Ação Especial*

Relate as Ações Especiais (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

59

Por que você acha que essas ações têm potencial de conscientizar os alunos a respeito do abandono escolar (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias):

Que turmas foram alvo das Ações Especiais (liste as turmas, o total de alunos matriculados e o total de participantes):

# Estudar vale a pena!

Datas de realização das Ações Especiais: \_\_\_\_\_

**Coloque em anexo: listas de presença de alunos nas Ações Especiais e fotos da realização das Ações Especiais.**

## *Inteligência*

Modelo de relatório de ligações para alunos:

Nome	Telefone	Tentativas	Relatório (Informar se o aluno comprometeu-se a voltar e justificativa da ausência)
		(1) (2) (3)	
		(1) (2) (3)	
		(1) (2) (3)	
		(1) (2) (3)	
		(1) (2) (3)	
		(1) (2) (3)	

## *Evento: Feira de Profissões*

Data de realização da feira: \_\_\_\_\_

Estimativa de público presente: \_\_\_\_\_

# Estudar vale a pena!

Relate como aconteceu a feira e as principais atrações do evento (apresente um roteiro do evento e relate as impressões sobre os momentos mais marcantes):

61

**Coloque em anexo: fotos da feira.**

## *Uso Criativo de Informações*

De que forma você utilizou as informações (descreva os meios e mensagens utilizados para se comunicar com os jovens; comente as reações dos jovens quando acessados pela comunicação)?

Por que você acha que essa forma de divulgação das informações trará melhores resultados (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

**Coloque em anexo: fotos e evidências físicas do uso criativo de informações.**

# Estudar vale a pena!

## Atividades Extras

Faça um relato das atividades extras desenvolvidas em sua escola. Procure detalhar datas, números de participantes e objetivos das atividades. Coloque fotos e outros materiais em anexo, sempre que julgar pertinente.

62

Atividade Extra 1

Atividade Extra 2

Atividade Extra 3

Atividade Extra 4

## ANEXOS

## Relatório da Quarta fase

Escola: \_\_\_\_\_

Participantes do Grupo de Coordenação da Campanha:

63

## Atividades Mínimas

### Atividade dos Agentes Jovens: Campanha de Reforço

Relate como foi a campanha de reforço (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

Por que você acha que essa campanha tem potencial para conscientizar os jovens sobre a importância da escola (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

# Estudar vale a pena!

Quantos alunos foram sensibilizados pela campanha? \_\_\_\_\_

## Atividade dos Agentes Jovens: Criação de Veículos de Comunicação

Houve atualização dos veículos de comunicação criados pelos Agentes Jovens?

( ) sim      ( ) não

64

## *Ação Especial*

Relate as Ações Especiais (faça uma descrição das ações, como elas acontecerão e quais foram os seus momentos mais marcantes):

Por que você acha que essas ações têm potencial de conscientizar os alunos a respeito do abandono escolar (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias):



# Estudar vale a pena!

Que turmas foram alvo das Ações Especiais (liste as turmas, o total de alunos matriculados e o total de participantes):

65

Datas de realização das Ações Especiais: \_\_\_\_\_

**Coloque em anexo: listas de presença de alunos nas Ações Especiais e fotos da realização das Ações Especiais.**

## Inteligência

Como se deu a campanha de adesão ao ENEM (descreva os meios e mensagens utilizados para se comunicar com os jovens; comente as reações dos jovens quando acessados pela comunicação)?

**Coloque em anexo: fotos da campanha.**

# Estudar vale a pena!

## *Evento: Planejamento de Cerimônias de Encerramento do Ano*

Relate como acontecerão as cerimônias de encerramento. Se houver diferenças entre o que está planejado para diferentes anos do Ensino Médio, especificar. (apresente roteiros dos eventos planejados)

66

Como você acha que o que você planejou para as cerimônias de encerramento está relacionado com a Campanha Estudar Vale a Pena (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

## *Uso Criativo de Informações*

De que forma você utilizou as informações (descreva os meios e mensagens utilizados para se comunicar com os jovens; comente as reações dos jovens quando acessados pela comunicação)?

# Estudar vale a pena!

Por que você acha que essa forma de divulgação das informações trará melhores resultados (fale sobre as estratégias que foram planejadas para mobilizar e conscientizar os jovens; justifique os motivos da escolha dessas estratégias)?

67

**Coloque em anexo: fotos e evidências físicas do uso criativo de informações.**

## Atividades Extras

Faça um relato das atividades extras desenvolvidas em sua escola. Procure detalhar datas, números de participantes e objetivos das atividades. Coloque fotos e outros materiais em anexo, sempre que julgar pertinente.

Atividade Extra 1

Atividade Extra 2

Atividade Extra 3

# Estudar vale a pena!

Atividade Extra 4

**ANEXOS**