

PLANO LOCAL DE COMUNICAÇÃO

2021/2022



INSTITUTO FEDERAL
Goiás

Câmpus
Anápolis

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. FINALIDADE	4
3. DIAGNÓSTICO	5
4. OBJETIVOS	7
5. PÚBLICOS ESTRATÉGICOS	8
6. PROJETOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO DO IFG ANÁPOLIS	9
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	21

1. APRESENTAÇÃO

Comunicação tem sido, cada vez mais, uma palavra de ordem nestes tempos confusos em que vivemos. E se a pandemia de Covid-19 veio estabelecer novo nível de confusão na sociedade como um todo, nas escolas em particular, alçou a um patamar ainda mais alto a importância da comunicação. A reviravolta que tem sido provocada pela eclosão das chamadas mídias sociais digitais colocou comunicadores diante de novos e urgentes desafios. Por tudo isso, a tarefa de um setor responsável pela comunicação numa instituição não pode ser executada com êxito sem um acurado plano, daí a importância deste documento.

A Coordenação de Comunicação Social (CCS) do Instituto Federal de Goiás (IFG) - Câmpus Anápolis, responsável por sua elaboração e por coordenar sua execução, é responsável por toda a divulgação do que compõe o cotidiano do câmpus e do IFG como um todo, estabelecendo uma ponte entre a instituição, compreendida em sua totalidade, mas especialmente como Câmpus Anápolis, e sua comunidade interna e a comunidade externa. Assim, as ações da CCS visam integrar os diversos setores, níveis de ensino e instâncias a fim de fortalecer a marca IFG Anápolis, cumprindo, ao mesmo tempo, o princípio da transparência que deve caracterizar toda instituição pública.

A fim de cumprir esse papel, é fundamental o constante diálogo da CCS com os diferentes setores que compõem o câmpus e que estes, por sua vez, estejam também sintonizados com o trabalho da CCS, construindo uma sinergia imprescindível para o êxito da comunicação. Mais que isso, é necessário um conjunto de ações sincronizado que envolve atenção e cuidado com as informações que se vai trabalhar, pois dados incompletos ou incorretos dificultam o trabalho da comunicação, gerando retrabalho e comprometendo cronogramas.

Outro aspecto importante é que os demais setores compreendam como funciona a comunicação e tenham uma noção de seus limites e possibilidades. Isso evita que se gerem expectativas irrealizáveis ou que se deixe de explorar recursos viáveis. É importante que a comunidade acadêmica entenda, por exemplo, que a CCS não pauta as agendas dos meios de comunicação externos, podendo apenas sugerir

temas que possam ser abordados por eles; ou também que nem tudo o que acontece no câmpus é noticiável pelo site institucional.

Outro aspecto a considerar é a necessidade de que toda a comunidade acadêmica tenha clareza acerca da participação da CCS nos eventos do câmpus, entendendo quais são suas atribuições e quais não são. No caso dos eventos, a CCS atua como suporte e apoio, sendo sua responsabilidade a divulgação, tanto em meios internos quanto externos, das atividades e o oferecimento de outros suportes, como a produção de material de divulgação, a intermediação de contato com gráficas e empresas de infraestrutura e apoio a eventos, a cobertura fotográfica e eventualmente a participação direta com cerimonial.

Por todas essas razões expostas, o conhecimento deste Plano de Comunicação é de suma importância para que haja sincronia entre os diferentes setores que compõem a instituição e para que a CCS possa realizar satisfatoriamente seu trabalho, o que está ligado diretamente ao cumprimento da missão da própria instituição, considerando sobretudo o seu papel social na comunidade e o próprio acolhimento e cuidado com seu público interno, alunos e servidores.

2. FINALIDADE

Em aspecto mais amplo, este Plano de Comunicação tem por escopo contribuir para o cumprimento daquilo que o Plano de Desenvolvimento Institucional do IFG (2019-2023) prevê para o câmpus e, de forma mais específica, a execução do Plano Anual de Trabalho (PAT) 2021 do Câmpus Anápolis no que tange às responsabilidades afetas à CCS.

O PAT 2021 foi objeto de muitas reuniões nas quais o setor se fez presente, com participação ativa nas discussões. Houve pelo menos oito reuniões para finalização do documento, já em 2021, e seu encaminhamento à Assessoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional, após revisão feita pela CCS, se deu no dia 19 de abril.

Este documento terá vigência entre maio de 2021 e maio de 2022. Ele estabelece os projetos estratégicos de comunicação para o período. As ações cotidianas, tais como divulgação de editais de seleção e eventos previstos no calendário acadêmico, não estão listadas por já estarem incorporadas ao fluxo de trabalho diário da CCS.

3. DIAGNÓSTICO

O Câmpus Anápolis do IFG é uma instituição jovem, que completou sua primeira década em 2020, em plena pandemia do novo coronavírus, o que limitou as ações de comemoração da data. A unidade de ensino é fruto da expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica. A origem do IFG remonta o ano de 1909, ainda como Escolas de Aprendizes Artífices. Até 2006, o IFG contava com apenas duas unidades (Goiânia e Jataí) e em 2016, com a expansão da rede, alcançou os 14 câmpus atualmente implantados em diversas cidades goianas.

A primeira nomeação na área de comunicação do IFG ocorreu em 2008 para o cargo de jornalista, por meio de concurso público. A partir de 2010, mais concursos para profissionais de comunicação foram realizados para a reitoria, para os câmpus já existentes e também para aqueles que foram sendo criados. O Câmpus Anápolis fez parte desse início de profissionalização dos setores de comunicação do IFG a partir da nomeação de uma jornalista, já no primeiro mês de funcionamento da unidade, em junho de 2010. Em seguida, no primeiro semestre de 2012, a equipe ficou completa a partir da nomeação de uma produtora cultural e de um redator.

A Coordenação de Comunicação Social do Câmpus Anápolis é uma das poucas de toda a instituição que conta com três servidores, sendo uma jornalista, uma produtora cultural e um redator, função com a qual nenhum dos outros câmpus conta, apenas a reitoria. Em 2021, o setor passa por uma situação excepcional já que um de seus componentes goza de um dia de licença semanal, para dedicação

ao seu doutorado, o que já ocorre desde 2019, e agora outra servidora, a produtora cultural, passou a gozar de licença para capacitação no mestrado desde abril de 2021. Isso afeta diretamente o trabalho desenvolvido no setor, uma vez que era a produtora cultural quem se responsabilizava, entre outras coisas, pela produção de artes, tanto para materiais impressos, quanto para o site e as redes sociais e também pelo suporte de planejamento e operacionalização dos eventos institucionais. No caso específico de produção de material de divulgação, ressalta-se que o afastamento da colega instigou os outros dois servidores a buscarem capacitação para suprir essa demanda.

Impossível ignorar o período excepcional pelo qual passamos, quando a pandemia de Covid-19 impôs consideráveis mudanças no funcionamento da instituição e intensificou o trabalho da CCS, especialmente por meio das redes sociais. Nas discussões do PAT 2021, ainda no contexto do ensino remoto emergencial adotado pelo IFG desde 2020, evidenciou-se ainda mais a necessidade de reforçar a comunicação com os diversos públicos atendidos pelo câmpus por meio dos seus canais digitais de comunicação. Além da contínua busca pela qualidade de informação que deve marcar o trabalho de comunicação institucional, observou-se a importância da qualificação técnica dos produtos digitais veiculados pela CCS.

Para o período de 2021 a 2023, o câmpus conta com assinatura do pacote Adobe e dos programas por ele ofertados. Esse recurso será de suma importância para os projetos aqui apresentados, particularmente no que tange ao aprimoramento técnico de produção de material gráfico e audiovisual, associado ao devido treinamento dos servidores do setor para uso dessas novas e importantes ferramentas de criação e edição de imagens e vídeos.

Outro ponto relevante observado nas discussões do PAT 2021 é a necessidade de incremento da divulgação científica no câmpus. Os projetos e ações relacionados ao tema sempre foram destaques no câmpus, no entanto, isso não ocorre de forma sistematizada. A divulgação da produção científica tem ocorrido de forma acumulada nos períodos de realização de eventos como, por exemplo, o Seminário de Iniciação Científica, ou de forma pontual sob demanda. As equipes da CCS e da Gerência de Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão (GEPEX) do IFG Anápolis têm

estabelecido diálogos frequentes para fortalecer o compromisso de compartilhamento sistemático de informações que contribuam para o planejamento e execução dos projetos estratégicos listados neste Plano no que se refere à divulgação científica.

4. OBJETIVOS

Os projetos estratégicos do Plano de Comunicação do Câmpus Anápolis visam a consonância com os objetivos elencados para a área de comunicação, nos documentos institucionais, notadamente o Plano de Desenvolvimento Institucional (2019-2023), o Plano Anual de Trabalho do Câmpus Anápolis de 2021, a Política de Comunicação do IFG, recentemente aprovada pelo Conselho Superior do IFG, e o Plano de Comunicação do IFG elaborado pela Diretoria de Comunicação (DICOM) do IFG. Nesse sentido, pretende-se contribuir especialmente com a transparência pública, o fortalecimento da identidade e da imagem institucional, o trabalho em rede dos comunicadores do IFG e o aperfeiçoamento da divulgação dos diversos projetos e ações de ensino, pesquisa e extensão para os públicos interno e externo.

Além desses objetivos, este Plano Local Comunicação do Câmpus Anápolis visa também:

1. Aperfeiçoar os trabalhos desenvolvidos pela Comunicação Social do Câmpus Anápolis relacionados a recursos de imagem e vídeo, especialmente para redes sociais;
2. Ativar o canal do câmpus no YouTube para promoção e transmissão, em primeira etapa, de eventos institucionais e, numa segunda fase, lançar as bases para produção de vídeos institucionais mais elaborados que possam ser veiculados no canal e em outras mídias;
3. Dar visibilidade aos projetos e pesquisas desenvolvidos pelos núcleos/grupos do Câmpus Anápolis;

4. Lançar e consolidar o projeto de podcasts para divulgação de projetos e ações de ensino, pesquisa e extensão do Câmpus Anápolis;
5. Lançar e promover a revista virtual anual de divulgação de projetos e ações de ensino, pesquisa e extensão do Câmpus Anápolis;
6. Apoiar campanhas direcionadas aos servidores e alunos, especialmente àquelas voltadas à inclusão, à preservação do patrimônio do Câmpus Anápolis, ao uso consciente de recursos (água, energia, papel), espaços e equipamentos do câmpus e à sustentabilidade;
7. Incentivar o acesso aos canais institucionais do IFG para busca de informações oficiais;
8. Divulgar o trabalho desenvolvido pela Ouvidoria do IFG, seus canais de acesso, o Serviço de Informação ao Cidadão (SIC), e oferecer informações sobre os períodos de avaliação e resultados obtidos pela Comissão Própria de Avaliação nos relatórios de autoavaliação institucional;
9. Reforçar o diálogo com profissionais da imprensa e de outros representantes dos meios de comunicação da cidade e região, contribuindo também para aperfeiçoamento do relacionamento com a mídia e com outras instituições.

5. PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

Seguindo o Plano de Comunicação desenvolvido pela Diretoria de Comunicação do IFG, os públicos estratégicos no âmbito do Câmpus Anápolis também dependerão do projeto que será desenvolvido, conforme os objetivos específicos de cada um e, em muitos casos, serão voltados aos públicos interno e externo do IFG Anápolis.

Os públicos estão relacionados na Política de Comunicação do IFG, sendo eles: servidores (efetivos ativos, aposentados, temporários ou substitutos); alunos do IFG; ex-alunos (egressos); potenciais futuros alunos, em especial os de escolas públicas de ensino fundamental e médio; familiares de servidores; familiares de alunos do

IFG; integrantes do Conselho Superior do IFG, além dos demais órgãos colegiados, comissões e comitês; pesquisadores; representantes dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário das regiões onde o IFG está inserido; empresas, organizações públicas e privadas e entidades classistas; empregadores em potencial dos profissionais formados pela Instituição; empresas e profissionais da comunicação; instituições de ensino de origem dos potenciais ingressantes; servidores terceirizados; principais universidades do estado, em especial as públicas; organizações de fomento à pesquisa e à inovação tecnológica; Ministério da Educação, além de outros ministérios e órgãos federais; estagiários que atuam no IFG; bolsistas; intercambistas; entidades de representação estudantil do IFG; fornecedores; demais Institutos Federais que compõem a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica.

6. PROJETOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICAÇÃO DO IFG ANÁPOLIS

A descrição dos projetos, com a relação dos produtos/entregas, objetivos, bem como mês de início e de término estão indicados a seguir, na Tabela de Projetos Estratégicos de Comunicação Institucional do IFG Anápolis. Ressalta-se que, no que couber, a CCS vai repercutir os projetos listados no Plano de Comunicação desenvolvido pela DICOM em 2021/2022 que envolvem o trabalho conjunto da rede de comunicadores do IFG.

Nº	Projeto estratégico	Produtos/entregas	Principais objetivos	Início	Término
01	CANAL DO CÂMPUS ANÁPOLIS NO YOUTUBE	<ul style="list-style-type: none"> ● Canal para viabilização de transmissão de eventos institucionais do câmpus; ● Memorando-circular pela CCS que contenha instruções aos servidores sobre o uso do canal para as atividades de pesquisa, ensino e extensão; ● Peças digitais; ● Matérias no site institucional sobre as atividades que serão desenvolvidas no canal; ● Publicações em mídias sociais; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e WhastsApp; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Viabilizar um espaço virtual oficial do câmpus para transmissão ao vivo de eventos, especialmente diante do cenário do ensino remoto emergencial em vigor no IFG; ● Oferecer condições para planejamento de produção audiovisual por meio de vídeos produzidos pela CCS que tenham a finalidade de destacar ações diversas do câmpus; ● Fortalecer a comunicação desenvolvida pelo câmpus junto à comunidade interna e externa; ● Fortalecer a imagem institucional por meio da divulgação de projetos e ações desenvolvidos pelo IFG Anápolis nas áreas de ensino, pesquisa e extensão; ● Fortalecer a articulação com veículos locais de comunicação. 	Fevereiro 2021	Fluxo contínuo

		<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Releases</i> para a imprensa sobre atividades de interesse da comunidade em geral. 			
02	VÍDEOS DE CURTA DURAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> ● Produção de vídeos de curta duração para redes sociais do câmpus; ● Publicação em mídias sociais e espaços oferecidos pelo WhatsApp. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprimorar as formas de divulgação de eventos nas mídias sociais; ● Incrementar a divulgação de atividades diversas do câmpus nas mídias sociais oficiais e também no WhatsApp; ● Aprimorar a divulgação audiovisual no Câmpus para 2022 por meio de produção de vídeos para o canal do YouTube; ● Fortalecer a comunicação desenvolvida pelo câmpus junto à comunidade interna e externa. 	Maio 2021	Fluxo contínuo
03	SÉRIE ESPECIAL DE REPORTAGENS “JUNTOS PELA PESQUISA”	<ul style="list-style-type: none"> ● Reportagens especiais sobre os grupos de pesquisa do Câmpus Anápolis a serem publicadas no site institucional; ● Peças digitais; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Divulgar as informações sobre grupos, linhas e projetos de pesquisa do câmpus, com equipe atualizada, contatos e produções no site do câmpus; ● Dar visibilidade às ações dos grupos existentes e reforçar a importância do envolvimento da comunidade 	Julho 2021	Agosto 2021

		<ul style="list-style-type: none"> ● Produtos com projeto visual que destaque imagens, as principais informações, dados e resultados dos núcleos/grupos de pesquisa divulgados; ● Posts e vídeos curtos para repercutir as matérias nas redes sociais; ● <i>Releases</i> para a imprensa. 	<p>acadêmica;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Estimular a participação de novos integrantes da comunidade acadêmica nos núcleos/grupos de pesquisa; ● Fortalecer a imagem do IFG Anápolis na área de pesquisa; ● Fortalecer a atuação em rede do IFG Anápolis, por meio de trabalho conjunto dos pesquisadores e do setor de comunicação do câmpus; ● Ampliar os espaços de divulgação dos resultados das pesquisas produzidas coletivamente pelo IFG Anápolis; ● Ampliar a visibilidade institucional; ● Estimular pesquisadores do IFG Anápolis a divulgarem o desenvolvimento e, especialmente, os resultados das pesquisas; ● Cumprir os princípios e as diretrizes institucionais expressas no PDI e na Política de Comunicação do IFG; ● Fortalecer a comunicação da ciência no IFG, ampliando a divulgação científica com base nas premissas do jornalismo científico; 		
--	--	--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> ● Destacar a importância do conhecimento científico e o papel social do IFG Anápolis; ● Fortalecer a articulação com veículos locais de comunicação. 		
04	PROJETO DE PODCASTS	<ul style="list-style-type: none"> ● Catalogação de pesquisas e projetos desenvolvidos no Câmpus Anápolis com apoio de setores diversos do câmpus, em especial a GEPEX; ● Elaboração de cronograma, textos, entrevistas e roteiros para os podcasts; ● Peças digitais; ● Publicações nas redes sociais; ● Matérias no site institucional; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e WhatsApp; ● <i>Releases</i> para a 	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicar mensalmente um podcast que tenha como foco a divulgação de ações, pesquisas e projetos de ensino, pesquisa e extensão do câmpus; ● Viabilizar um novo espaço de comunicação com a comunidade interna e externa; ● Fortalecer a imagem do IFG Anápolis nas áreas de ensino, pesquisa e extensão; ● Ampliar a visibilidade institucional; ● Fortalecer a atuação em rede do IFG Anápolis, por meio de trabalho conjunto entre servidores e estudantes e o setor de comunicação do câmpus; ● Destacar a importância do conhecimento científico e o papel social do IFG Anápolis; ● Fortalecer a articulação com veículos locais de comunicação. 	Setembro 2021	Fluxo contínuo

		imprensa.			
05	REVISTA VIRTUAL DE DIVULGAÇÃO DO CÂMPUS	<ul style="list-style-type: none"> ● Planejamento e criação de uma revista jornalística virtual para divulgação de ações projetos do câmpus e do IFG; ● Definição do projeto gráfico da revista; ● Catalogação de pesquisas, projetos e eventos desenvolvidos no Câmpus Anápolis ao longo do ano; ● Elaboração de cronograma, textos, entrevistas e roteiros para as reportagens; ● Peças digitais; ● Publicações nas redes sociais; ● Matérias no site institucional; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e 	<ul style="list-style-type: none"> ● Publicar anualmente edição virtual de nova revista que tenha como foco a divulgação de ações, pesquisas e projetos ligados ao ensino, pesquisa e extensão que se destacaram ao longo do ano letivo no âmbito do Câmpus Anápolis; ● Viabilizar um novo espaço de comunicação com a comunidade interna e externa; ● Fortalecer a imagem do IFG Anápolis nas áreas de ensino, pesquisa e extensão; ● Ampliar a visibilidade institucional; ● Fortalecer a atuação em rede do IFG Anápolis, por meio de trabalho conjunto entre servidores e estudantes e o setor de comunicação do câmpus; ● Destacar a importância do conhecimento científico e o papel social do IFG Anápolis; ● Fortalecer a articulação com veículos locais de comunicação. 	Dezembro 2021	Fluxo contínuo

		<p>WhatsApp;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Releases</i> para a imprensa. 			
06	CAMPANHA DE ORIENTAÇÃO SOBRE ESPAÇOS RESERVADOS A ESTUDANTES COM NEE	<ul style="list-style-type: none"> ● Construção das diretrizes da campanha com o apoio do Núcleo de Atendimento às pessoas com Necessidades Específicas (NAPNE) ● Peças digitais e impressas; ● Publicações nas redes sociais; ● Matérias no site institucional; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e WhatsApp; ● Murais. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Colaborar com o trabalho desenvolvido pelo NAPNE do Câmpus Anápolis; ● Promover orientação e conscientização da comunidade para reserva dos espaços (mesas, salas de aulas, estacionamento, banheiros etc) e equipamentos específicos aos estudantes com necessidades educativas especiais (NEE); ● Identificar os espaços destinados aos estudantes com NEE; ● Colaborar para a promoção de um ambiente de respeito e inclusão no câmpus. 	2º semestre de 2021 (previsão)	Março 2022
07	CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO, VALORIZAÇÃO E	<ul style="list-style-type: none"> ● Construção das diretrizes da campanha com apoio dos gestores e entidades estudantis do câmpus; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promover conscientização, valorização e preservação do patrimônio e uso consciente de recursos e equipamentos do Câmpus Anápolis e sustentabilidade por parte 	Março 2022	Março 2022

	<p>PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO DO CÂMPUS E SUSTENTABILIDADE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Peças digitais e impressas; ● Publicações nas redes sociais; ● Matérias no site institucional; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e WhatsApp; ● Murais. 	<p>da comunidade acadêmica, já englobando os estudantes ingressantes no ano letivo 2022;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Incentivar ações sustentáveis como a separação do lixo, o aproveitamento de lixo orgânico, o tratamento de resíduos e a redução da produção, a redução do uso de descartáveis, a coleta de lixo eletrônico, a economia de água, energia, papel e outros recursos; ● Divulgar o acesso pelo Sistema Unificado de Administração Pública (SUAP) para que o servidor/aluno possa relatar qualquer problema técnico ou de estrutura dentro do câmpus (sala de aula/laboratório/pátio) como, por exemplo, projetor com problemas, lâmpadas queimadas, mau funcionamento de computadores, carteiras quebradas, banheiros com defeito, vazamentos, dentre outros; ● Colaborar para a promoção de um ambiente que conte com equipamentos preservados para os seus diversos usos no câmpus; ● Colaborar para a economia e otimização dos recursos públicos que financiam a instituição, evitando 		
--	--	---	--	--	--

			necessidade de reposição de itens do patrimônio em razão de mau uso pela comunidade acadêmica.		
08	CANAIS INSTITUCIONAIS DE COMUNICAÇÃO DO IFG ANÁPOLIS	<ul style="list-style-type: none"> ● Peças digitais e impressas; ● Publicações nas redes sociais; ● Matérias no site institucional; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e WhatsApp; ● Murais; ● Visitas da equipe da CCS às salas de aula para divulgação desses canais por meio de material impresso, quando houver o retorno de aulas presenciais. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Estimular o acesso ao site, redes sociais e murais como fontes oficiais de comunicação do Câmpus Anápolis, especialmente no início dos anos letivos 2021 e 2022; ● Estimular o uso de aplicativos como o IFG Mobile, SUAP, como meios de informação do estudante; ● Promover a manutenção da campanha de valorização e atualização do e-mail institucional, estimulando seu uso por servidores e estudantes; ● Reforçar o papel estratégico da comunicação; ● Sensibilizar a comunidade acadêmica sobre sua corresponsabilidade para uma comunicação efetiva; ● Mobilizar a comunidade a buscar e acessar informações em fontes confiáveis e nos canais de comunicação institucionais; ● Apresentar os canais institucionais 	Abril 2021	Março 2022

			<p>como fonte de informações oficiais do câmpus;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Orientar sobre o uso correto dos canais institucionais do IFG Anápolis; ● Sensibilizar a comunidade sobre a importância de manter-se atualizada pelo site do IFG Anápolis e pelos perfis oficiais do câmpus em mídias sociais; ● Reforçar a responsabilidade de todos os atores institucionais no processo de produção e divulgação das informações oficiais e institucionais; ● Fortalecer os canais institucionais de comunicação; ● Contribuir para o combate às <i>Fake News</i>; ● Cumprir a meta do PDI relacionada à temática; ● Fortalecer o processo de implantação da Política de Comunicação do IFG 		
09	OUVIDORIA, SISTEMA DE INFORMAÇÃO AO CIDADÃO (SIC) E	<ul style="list-style-type: none"> ● Peças digitais e impressas; ● Publicações nas redes sociais; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Divulgar e apresentar os relatórios da CPA à comunidade, especialmente no que tange ao Câmpus Anápolis; ● Ressaltar a importância do trabalho da 	Julho 2021	Março 2022

	<p>COMISSÃO PRÓPRIA DE AVALIAÇÃO (CPA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Matérias no site institucional; ● E-mail marketing (listas automáticas de servidores e alunos) e WhatsApp; ● Murais; ● Repercussão da campanha de divulgação sobre o questionário de autoavaliação 2021 a ser elaborada pela DICOM; ● Divulgação dos resultados do relatório de Autoavaliação do IFG, destacando aqueles relacionados ao Câmpus Anápolis ● Criação do QR Code e divulgação dos relatórios da CPA para os canais de comunicação do Câmpus; ● Criação do QR Code e 	<p>Ouvidoria e SIC e apresentar as formas de uso dos dois canais de comunicação oficial instituídos por lei;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Contribuir para a participação da comunidade acadêmica do câmpus no questionário de autoavaliação institucional; ● Colaborar para o cumprimento da legislação vigente; ● Contribuir para o fortalecimento do processo de transparência ativa no IFG; ● Fortalecer os processos de transparência no IFG; ● Contribuir para os processos de melhoria institucionais por meio da autoavaliação; ● Contribuir para o planejamento institucional com a publicização dos resultados; ● Contribuir para a melhoria e fortalecer a comunicação com a sociedade; ● Contribuir para a incorporação dos resultados nas rotinas administrativas e acadêmicas; 		
--	---	--	---	--	--

		divulgação dos espaços da Ouvidoria e SIC para os canais de comunicação do Câmpus.	<ul style="list-style-type: none">● Contribuir para o cumprimento dos pressupostos da Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes) da qual a autoavaliação faz parte.		
--	--	--	--	--	--

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Plano é fruto de um amadurecimento da Política de Comunicação do IFG e, como tal, é construção gradativa e coletiva, que não se encerra aqui, com este documento. Pelo contrário, é o início de uma jornada de trabalho e organização que pode ser aperfeiçoada à medida que se dará com sua operacionalização.

O Plano é uma conquista do IFG Anápolis, que com ele se fortalece e abre novas possibilidades para sua própria estruturação e consolidação de seu espaço na comunidade anapolina e da região.

As ideias e propostas aqui elencadas não pertencem à CCS, mas ao câmpus como um todo, embora inegavelmente caiba à Coordenação de Comunicação Social um papel estratégico em cada uma delas. Dessa forma, somente a força de um trabalho em equipe, coordenado e sincronizado, será capaz de efetivamente torná-las realidade e o presente documento se constitui como passo decisivo nesse sentido.

REFERÊNCIAS

IFG. Apresentação do Instituto Federal de Goiás. Disponível em: <http://ifg.edu.br/apresentacao-a-instituicao?showall=&limitstart=> Acesso em: 28 maio 2021.

_____. Diretoria de Comunicação do Instituto Federal de Goiás [página informativa]. Disponível em: <<https://www.ifg.edu.br/comunicacao> >. Acesso em: 28 maio 2021.

_____. Plano Anual de Trabalho do Instituto Federal de Goiás - Câmpus Anápolis (2021). Disponível em: <https://www.ifg.edu.br/index.php/component/content/article?id=23834> . Acesso em: 28 maio 2021.

_____. Plano de Desenvolvimento Institucional do Instituto Federal de Goiás (PDI 2019/2023). Disponível em: <https://www.ifg.edu.br/attachments/article/11546/PDI_IFG_2019_2023.pdf>. Acesso em: 28 maio 2021.

_____. Política de Comunicação do Instituto Federal de Goiás. Disponível em: <https://www.ifg.edu.br/attachments/article/209/Pol%C3%ADtica%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o_Consum_29.03.2021-2.pdf>. Acesso em: 28 maio 2021.