

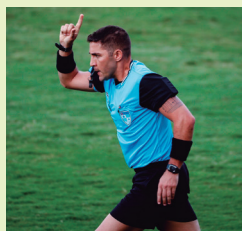
Relatório do Trabalho Executado pela Coordenação-Geral de Comunicação Social e Marketing (CGCSM)

em 2022

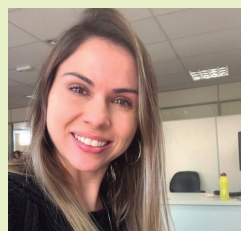


1. EQUIPE

Início de 2022



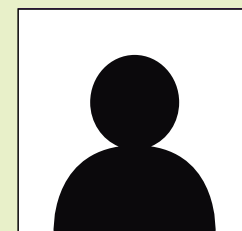
Alexandre Jesus
(Técnico em Audiovisual)



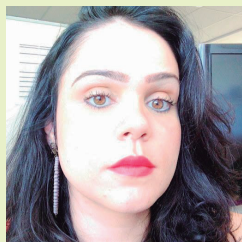
Elisa Franco
(Jornalista)



Fernanda Oliveira
(Estagiária de Design Gráfico)



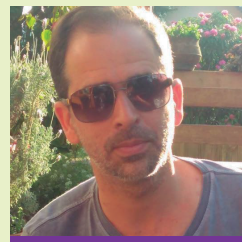
Estagiário(a) de Design Gráfico
(Em fase de seleção)



Fernanda Coelho
(Jornalista)



Louise Moraes
(Técnica em Audiovisual)



Flávio Batalha
(Téc. de Tecnologia da Informação)



2. ATOS NORMATIVOS

Política de Comunicação

Em andamento
Processo de Contratação
de Assessoramento Técnico

Política de Uso das Redes Sociais

Finalizada
Em Processo de Aprovação

Política de Uso do Portal Institucional

Em andamento
Publicado Grupo de
Trabalho Responsável



3. TRANSMISSÕES INSTITUCIONAIS

Início de 2022

Final de 2022



1ª Reunião Institucional Híbrida e
1ª Reunião Presencial Pós-Pandemia



4. PERÍODO DE DEFESO ELEITORAL

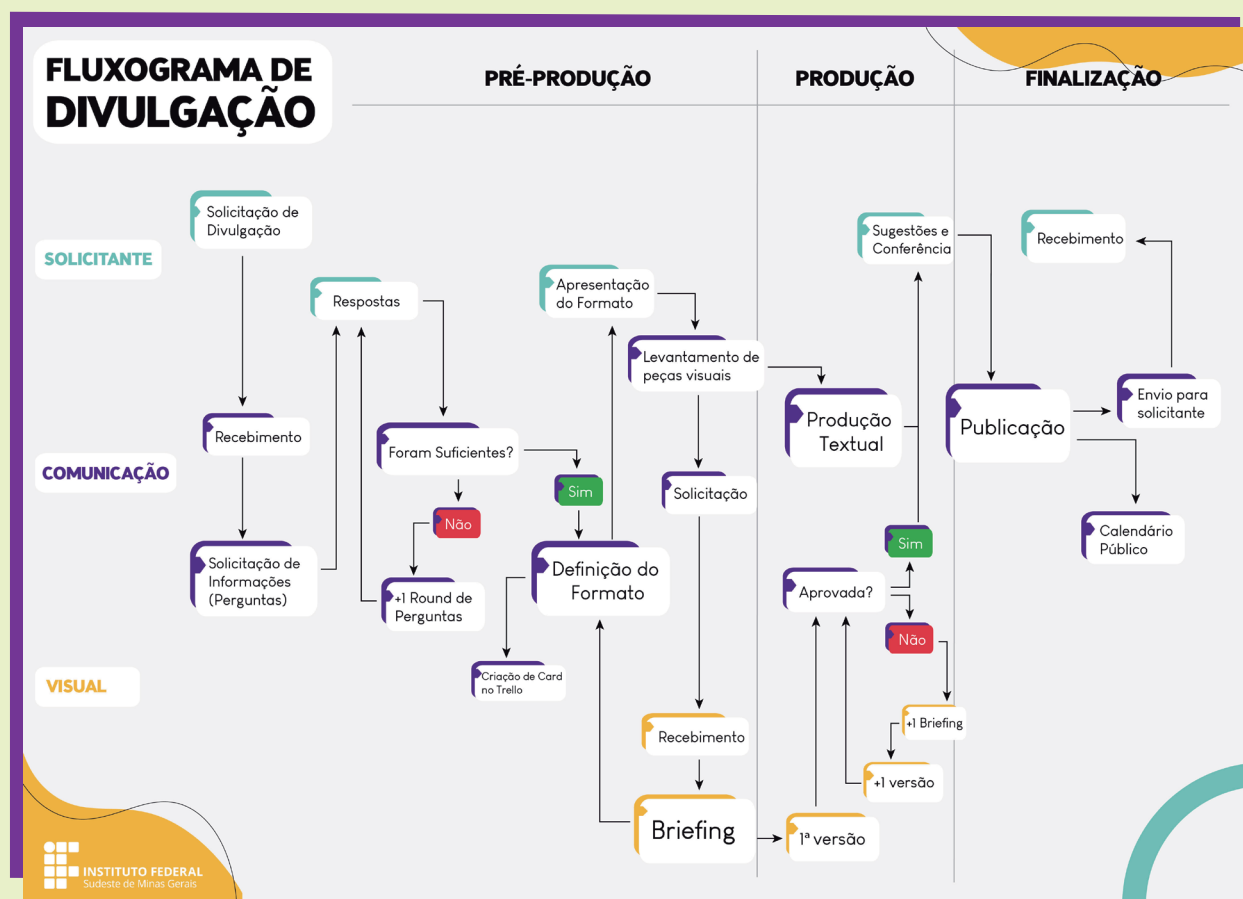
Devido às atualizações e formas de utilização das plataformas digitais, neste ano eleitoral houve uma série de restrições quanto à publicidade institucional.

A CGCSM informou toda a comunidade sobre essas restrições e também as seguiu fielmente.



5. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Todas as divulgações veiculadas em nossas propriedades digitais são planejadas, programadas com antecedência e seguem um fluxo para que atinjam o alcance e engajamento ideal, além de serem pensadas de forma igualitária.



5. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Além disso, atualmente disponibilizamos todo o conteúdo veiculado para a comunidade.



6. PROCESSO SELETIVO

Atualmente, em parceria com a Copese, toda a CGCSM está envolvida no Processo Seletivo da instituição e, assim como nas propriedades digitais, todo conteúdo também é planejado estrategicamente e compartilhado com todos os *campi*.



7. COMUNICAÇÃO INTERNA

Atualizamos o espaço da Comunicação disponibilizando logos, manual de uso da marca, apresentação de PowerPoint, modelo de autorização de imagem e voz etc.

Além disso, programamos uma atualização constante das informações fixas das propriedades digitais:

- * Banners rotativos;
- * Botões de hot site;
- * Links na bio;
- * Destaques do Instagram;
- * Playlists do Youtube



8. COLHENDO FRUTOS E GERANDO RECONHECIMENTO À INSTITUIÇÃO



Após ter sido premiado no “VI Concurso de Boas práticas na Gestão da Ética”, o “Questão de Ética” foi selecionado na REDITEC como experiência exitosa, além de ter sido objeto de parceria com a UFU, a qual se disponibilizou a veicular todo o conteúdo da campanha em suas propriedades digitais.



8. COLHENDO FRUTOS E GERANDO RECONHECIMENTO À INSTITUIÇÃO

“Os benefícios das estratégias de marketing digital pelo Estado podem incluir a compreensão sobre políticas públicas ou ações governamentais, oferecendo transparência por parte das instituições, potencializando o cumprimento do princípio da publicidade dos atos e programas governamentais e dos objetivos das ações de comunicação.”¹

Instagram *Comparação de métricas



Índices/Ano	2021	2022 até 18/12
Visitas	43K	52K ↑ 26%
Alcance	699K	1.310K ↑ 88%
Seguidores	10K	15K ↑ 50%

Como dito anteriormente, durante quatro meses, fizemos uma adaptação devido ao período eleitoral, mas nosso público foi compreensivo e nossas métricas foram muito positivas.

¹ BOAS PRÁTICAS APLICÁVEIS À UTILIZAÇÃO DE MÍDIAS DIGITAIS PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL (CGU e SECOM/2022)

9. EVENTOS INSTITUCIONAIS



Além das transmissões institucionais, também realizamos a transmissão de eventos em nosso canal do YT.

12 eventos foram realizados no canal, entre eles:



VI SIMEPE (19 vídeos)



Jornada do Conhecimento (14 vídeos)



IF Resiste (04 vídeos)

10. MIGRAÇÃO PARA PLATAFORMAS OFICIAIS

Estamos migrando todo o conteúdo do Youtube para o Eduplay, para que tenhamos segurança que nosso canal também esteja disponível numa plataforma oficial.



11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ano de 2022 trouxe muitos desafios. Entre eles as adaptações em nossa rotina com o retorno presencial, as novas restrições do período eleitoral e o entrosamento da equipe depois de quase dois anos trabalhando de forma remota.

Acertamos, erramos, aprendemos e amadurecemos.

Entendemos que, dentro de nossas limitações (técnicas e humanas), tivemos um bom resultado neste ano.

No entanto, isso não nos impede de desenvolver, melhorar e definir metas e prioridades para 2023. Por isso agradecemos à comunidade (interna e externa) pela compreensão quando erramos, pela paciência quando demoramos e pelos elogios quando acertamos.

O nosso objetivo é levar até você tudo que ocorre na instituição: o quanto antes e da melhor forma.

Obrigado!



INSTITUTO FEDERAL
Sudeste de Minas Gerais