

## AÇÕES:

1. **Criar uma série via Redes Sociais sobre “Cotidiano Profissional”**
  - **Objetivo:** Ampliar interação.
  - **Público-Alvo:** Amplo
  - **Frequência:** Atualizações contínuas.
  - **Setores responsáveis:**
  
2. **Criar campanha via Redes Sociais sobre “Orgulho de ser Arquiteto”**
  - **Objetivo:** Ampliar interação.
  - **Público-Alvo:** Amplo
  - **Frequência:** Atualizações contínuas.
  
3. **Reformulação e Divulgação do Site Institucional**
  - **Objetivo:** Ampliar interação; Estabelecer aba de Dúvidas Frequentes.
  - **Público-Alvo:** Amplo
  - **Frequência:** Atualizações contínuas.
  
4. **Seminários Online Educacionais**
  - **Objetivo:** Ampliar conhecimento em tópicos específicos.
  - **Exemplos:** Elaboração de Contratos; Legislação Federal; Impactos da Tecnologia; Desafios do Urbanismo/ Loteamentos; CATHIS; Restauração.
  - **Público-Alvo:** Arquitetos, estudantes.
  - **Frequência:** Bimestral.
  
5. **Reformular formato dos Boletins Informativos**
  - **Objetivo:** Manter informados sobre notícias e eventos.
  - **Exemplo:** Via WhatsApp e via E-mail
  - **Público-Alvo:** Profissionais, estudantes e sociedade.
  - **Frequência:** Mensal
  
6. **Manutenção e fortalecimento do App Móvel “Arquiteto Protagonista”**
  - **Objetivo:** Facilitar o acesso a serviços e informações.
  - **Público-Alvo:** Arquitetos, estudantes e sociedade (abrir o app para a possibilidade de a população contribuir).
  - **Frequência:** Atualizações contínuas.
  
7. **Podcasts com Profissionais**
  - **Objetivo:** Compartilhar experiências e conhecimento.
  - **Público-Alvo:** Profissionais, estudantes e sociedade.
  - **Frequência:** Mensal.
  
8. **Canal Educativo no YouTube**
  - **Objetivo:** Oferecer conteúdo educativo em formato de vídeo.

- **Público-Alvo:** Amplo, incluindo público internacional.
- **Frequência:** Mensal.

#### **9. Palestras com Arquitetos Renomados e Notórios**

- **Objetivo:** Compartilhar experiências e conhecimento.
- **Público-Alvo:** Profissionais, estudantes e sociedade.
- **Frequência:** Semestral.

#### **10. Workshops de Ferramentas Digitais**

- **Objetivo:** Ensinar uso de novas tecnologias.
- **Público-Alvo:** Profissionais, estudantes.
- **Frequência:** Semestral

#### **11. Ciclo de Debates com Estudantes**

- **Objetivo:** Engajar estudantes em discussões profissionais.
- **Público-Alvo:** Estudantes de arquitetura.
- **Frequência:** Semestral.

#### **12. Mesa Redonda com Legisladores**

- **Objetivo:** Discutir e influenciar políticas públicas relacionadas à arquitetura e urbanismo.
- **Público-Alvo:** Arquitetos, urbanistas, decisores políticos.
- **Frequência:** Semestral.

### **PENSAR A LONGO PRAZO.:**

#### **1. Série de Documentários da Arquitetura e Urbanismo Mineiro**

- **Objetivo:** Explorar projetos significativos e suas histórias.
- **Público-Alvo:** Amplo.
- **Frequência:** Anual.

#### **2. Banco de Imagens de Arquitetura Mineira**

- **Objetivo:** Prover uma rica fonte de imagens para uso educacional e profissional.
- **Público-Alvo:** Profissionais, estudantes e sociedade.
- **Frequência:** Atualização semestral.

#### **3. Concurso de Artigos Científicos (pensar em aproximação)**

- **Objetivo:** Incentivar a pesquisa e publicação em arquitetura.
- **Público-Alvo:** Acadêmicos, estudantes, profissionais.
- **Frequência:** Anual.

#### **4. Tour Virtual de Projetos**

- **Objetivo:** Exibir projetos de forma imersiva e interativa.
- **Público-Alvo:** Público geral, estudantes.
- **Frequência:** Semestral.

## **5. Exposições Virtuais**

- **Objetivo:** Mostrar projetos inovadores.
- **Público-Alvo:** Profissionais, estudantes.
- **Frequência:** Semestral.

## PROPOSTAS PARA O PLANO DE AÇÃO ENCAMINHADAS À ASCOM ATRAVÉS DA CONSULTA PÚBLICA

### COMUNICAÇÃO RÁPIDA COM OS PROFISSIONAIS

**Cronograma estimado:** previsto para iniciar no segundo semestre de 2024, mediante atendimento ao disposto na observação. Ação recorrente, considerar conclusão para 2º semestre de 2026

Criar canal de comunicação, através do WhatsApp e Telegram, com os profissionais, para levar notícias e informações importantes ou urgentes para os profissionais de força celerê, assim com receber colaborações. Os arquitetos podem participar dos grupos ou páginas por livre adesão.

Essa abordagem facilita a disseminação de informações relevantes, fortalece o relacionamento com a comunidade profissional e contribui para uma maior transparência e engajamento nas ações do CAU/MG. Importante ressaltar que a comunicação nesse canal deve ser através de uma lista de transmissão e/ou comunidades WhatsApp.

A ação depende da compra/disponibilidade de um novo aparelho celular e chip pela GAF, de modo que o canal possa ser ativado, divulgado e utilizado.

### DESENVOLVER JORNAL (PERIÓDICO SEMESTRAL)

**Cronograma estimado:** 1º semestre de 2024 ao 2º semestre de 2026

Desenvolver jornal (periódico semestral) para envio em .pdf para os profissionais com informações de realizações do Conselho. Publicação de jornal virtual com conteúdo semestral de prestação de contas em âmbito geral à sociedade. Publicação semestral - observem o modelo do CRC-MG (Revista CRC-MG) como exemplo. Inclusive com modelo de visualização eletrônica que simula a alteração de páginas.

### AMPLA DIVULGAÇÃO DA RESOLUÇÃO 21 E SUA APLICABILIDADE EM RESPEITO À LEI 12.378/10

**Cronograma Estimado:** 2º SEMESTRE DE 2024

Em duas partes:

- 1- orientação dos profissionais acerca da resolução orientando seu cumprimento bem como preenchimento do RRT;
- 2- treinamento do setor técnico do CAU frente ao que transcende o artigo 3º da resolução em cumprimento à legislação e artigos que o antecedem.

Vários RRTs e CATs são indeferidos por desconhecimento e desinformação da área técnica

e dos profissionais. O aspecto generalista das atribuições do arquiteto urbanista deve ser observado e valorizado.

Ascom produz, publica e distribui o material midiático, a partir do conteúdo disponibilizado pela gerência técnica e de fiscalização.

## **DISPONIBILIZAR NO SITE UM ESPAÇO PARA ELENCAR CLARAMENTE AS COMPETÊNCIAS DE ATUAÇÃO DO CAU/MG**

**Cronograma estimado:** 1º SEMESTRE DE 2025

Elencar de forma clara as searas de atuação do conselho para desmistificar os entendimentos incorretos de ações que se confundem com entidades, sindicatos e congêneres. Inclusive, pode-se elencar quais são as atividades destas outras instituições para que o profissional consiga distinguir a quem procurar.

Produção de informativos que atendam à demanda de esclarecer sobre a atuação do CAU e das entidades. Essas informações inclusive poderiam compor um impresso de apresentação do CAU, uma peça coringa para utilização em situações diversas.

## **CRIAR E DISPONIBILIZAR NO SITE UMA POLÍTICA DE USO DE REDES SOCIAIS**

**Cronograma estimado:** 1º SEMESTRE DE 2024

Disponibilizar para conhecimento amplo, uma política de uso e interação nas redes sociais do CAU/MG

Registrar em documento público as boas práticas de utilização e interação nas redes sociais. Mencionar possíveis situações de desgasto e decoro, por exemplo.

Uma das competências da nova comissão temporária de comunicação – CTC-CAU/MG é exatamente determinar políticas desse teor.

## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL**

**Cronograma estimado:** 2º SEMESTRE DE 2024

Na ação da campanha publicitária de valorização profissional devem ser incluídas tanto ações que demonstrem as várias competências da profissão de arquiteto urbanista para a sociedade, fazendo com que a sociedade possa compreender campos de atuação que desconhece.

Uma campanha publicitária a nível estadual necessita de tempo e orçamento para que seja melhor desenvolvida e aplicada.

É fundamental, e obrigatório, que se mantenha o contrato de serviços de publicidade. Seja pela renovação do atual ou através de um novo processo.

Caso seja feito um novo processo de tomada de preços, o cronograma deverá ser alterado para 1º semestre de 2025.

## **APROXIMAR OS ARQUITETOS DO CAU/MG**

Cronograma estimado: 2º SEMESTRE DE 2024 AO 2º SEMESTRE DE 2026

Divulgar amplamente nossos movimentos e ações para nossos pares e convidar a cada plenária um arquiteto para estar conosco

A participação do arquiteto na plenária terá alguma finalidade, ele terá parte ou fala em algum momento, ou será apenas para acompanhar como espectador?

## **CURADORIA E MANUTENÇÃO DE PÁGINAS TEMÁTICAS NO SITE DO CAU/MG**

**Cronograma estimado:** 2º SEMESTRE DE 2024 AO 2º SEMESTRE DE 2026

Algumas temáticas ligadas à atuação de Comissões do CAU/MG possuem páginas próprias no site institucional, com informações, materiais e registros de atividades desempenhadas pelo Conselho.

São elas Ensino e Formação, Ética e Disciplina, ATHIS, Patrimônio Cultural e Política Urbana e Ambiental. Será criada também uma página para a CTAP, Apoio Técnico ao Profissional.

Essas páginas são espaços que servem como fonte para ações e campanhas das próprias Comissões, facilitando o acesso a conteúdos voltados para a categoria, órgãos e demais interessados.

## **PROPOSTAS COM QUESTIONAMENTO OU OBSERVAÇÃO**

### **MAIOR DIVULGAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO DOS ARQUITETOS E URBANISTAS QUANTO ÀS REGRAS E RESOLUÇÕES**

Campanhas de divulgação das leis e resoluções que regem o conselho.

Valores numéricos, meramente, ilustrativos. Necessário estudos para conhecimento do valor necessário.

Obs.: Ação não ficou clara para que seja aprovada por esta assessoria. Gostaria de solicitar maiores esclarecimentos, caso seja uma proposta interna, até para entender o que motivou o orçamento estimado.

## **ATUAÇÃO DO CONSELHEIRO**

Criar perfil no site do CAU/MG para cada conselheiro, informando seu currículo, contatos institucionais, resumo das votações, dados sobre presença nas reuniões e outras ações e atividades, visando dar transparência as ações do conselheiro e facilitar a fiscalização da sociedade.

Obs.: A recusa inicial da proposta se dá pela necessidade de uma melhor avaliação da mesma, para que seja definido quem será realmente a unidade responsável, Ascom ou Geplan, qual a plataforma adequada, site institucional ou portal da transparência, mas principalmente avaliar junto à gerência jurídica uma adequação do conteúdo de modo que não se enquadre como promoção pessoal do conselheiro.

## **CAMPANHA PUBLICITÁRIA DE DIVULGAÇÃO DO CAU EDUCA**

A campanha para o CAU educa deve provocar a sociedade para que posteriormente se iniciem ações do CAU educa em escolas. Sugiro que sejam escolhidas grandes escolas, em todas as regionais de belo horizonte e também nas regiões administrativas das cidades pólos, tais como Uberlândia, Poços de Caldas, Montes Claros, Governador Valadares e Poços de Caldas.

Obs.: Poços de caldas foi mencionada duas vezes na descrição. Acredito que seria o caso de trocar uma dessas por juiz de fora? Sobre as metas, seriam 15 ações realizadas? 15 escolas no total? Gostaria de mais informações se possível.