

2024



PLANO DE
COMUNICAÇÃO
DO CONFEA

2026

Sumário

1. Apresentação _____	4
2. Contexto _____	6
3. A Gerência de Comunicação (GCO) _____	8
4. Cenário _____	13
5. Direcionadores estratégicos _____	22
6. Diretrizes para o conteúdo _____	26
7. Análise <i>swot</i> da comunicação institucional _____	28
8. Planejamento estratégico em comunicação _____	30
9. Resultados _____	33
10. Período de execução _____	34
11. Investimentos _____	35

Composição do Plenário Confea 2024

Presidente do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea

Eng. Telecom. Vinicius Marchese Marinelli

Vice-Presidente

Eng. Eletric. Evânio Nicoleit

Diretores

Eng. Agr. Álvaro João Bridi
Eng. Agr. Francisco Lucas Carneiro de Oliveira
Eng. Agr. Francisco das Chagas da Silva Lira
Eng. Eletric. Marcos da Silva Drago
Eng. Ftal. Nielsen Christianni Gomes da Silva

Conselheiros e Conselheiras

Eng. Civ. Ana Adalgisa Dias Paulino - Titular
Eng. Civ. Emerson Cruz Vieira - Suplente
Eng. Agr. Álvaro João Bridi - Titular
Eng. Agr. Rosembergue Bragança - Suplente
Eng. Mec. Aysson Rosas Filho - Titular
Eng. Mec. Marcelo Jorge Torres - Suplente
Eng. Agr. Cândido Carnaúba Mota - Titular
Eng. Agr. José Gomes Fragozo Neto - Suplente
Eng. Civ. Carmem Lúcia Petraglia - Titular
Eng. Civ. Paulo Cesar Nayfeld Granja - Suplente
Eng. Eletric. Célio de Oliveira - Titular
Eng. Eletric. Flávio de Souza Fernandes - Suplente
Eng. Prod. Daniel Montagnoli Robles - Titular
Geol. Ronaldo Malheiros Figueira - Suplente
Eng. Civ. Domingos Sahib Neto - Titular
Eng. Amb. Vinicius de Oliveira Ribeiro - Suplente
Eng. Eletric. Evânio Ramos Nicoleit - Titular
Eng. Eletric. André Luiz Grigolo - Suplente

Eng. Agr. Francisco das Chagas da Silva Lira - Titular
Eng. Agr. Alan Michel Gomes Bomfim - Suplente
Eng. Mec. Francisco Lucas Carneiro de Oliveira - Titular
Eng. Mec. Marcelo José Ribeiro Chaves - Suplente
Eng. Civ. Joel Krüger - Titular
Eng. Civ. Osmar Barros Júnior - Suplente
Eng. Agr. Luiz Antonio Corrêa Lucchesi - Titular
Eng. Agr. José Barbosa Duarte Júnior - Suplente
Eng. Eletric. Marcos da Silva Drago - Titular
Eng. Eletric. Lourival Augusto Dias Filho - Suplente
Geol. Mário Cavalcanti de Albuquerque - Titular
Eng. Mec. Sebastião Weis de Andrade Júnior - Suplente
Eng. Ftal. Nielsen Christianni Gomes da Silva - Titular
Eng. Agr. Luisa Ramodrigues Peruniz - Suplente
Eng. Civ. Neemias Machado Barbosa - Titular
Eng. Sanit e Amb. Laline Garcia Gomes - Suplente
Eng. Eletric. Sérgio Maurício Mendonça Cardoso - Titular
Eng. Eletric. Aleksandro Meireles Menezes dos Santos - Suplente

Elaboração

Gerência de Comunicação (GCO)

Coordenação Técnica

Marina Mattus
Prícila Fraga
Sílvia Girardi

Revisão

Lidiane Barbosa

Projeto Gráfico

DeBrito Brasil

1

Apresentação

Este Plano de Comunicação reúne as principais ações e metas, para o triênio 2024-2026, com o objetivo de fortalecer a imagem institucional do Confea e disseminar informações que ressaltem a importância da fiscalização do exercício das profissões abrangidas pelo Sistema Confea/Crea e Mútua, a defesa da atividade profissional e a valorização do profissional no cumprimento do seu papel perante a sociedade.

Com função estratégica, a GCO atua de forma transversal, atendendo a solicitações de todas as demais unidades organizacionais do Confea, em suas necessidades de comunicação, e trabalha de forma proativa na divulgação das ações do Conselho.

Destaca-se ainda que as ações de comunicação produzidas são compartilhadas com os 27 Creas do país, em campanhas veiculadas em todos os estados da Federação e com a participação das áreas de comunicação dos Conselhos Regionais.

O Plano de Comunicação 2024-2026 está alinhado à política de comunicação do Confea e a outros documentos institucionais basilares, como a Agenda 2030, a Estratégia Federal de Desenvolvimento e o Referencial Estratégico para o Sistema Confea/Crea 2023-2024.

Registra-se também que o Plano de Comunicação é um documento vivo, que funciona como norteador das ações de Comunicação e Eventos, sem deixar de considerar que novos fatos acontecerão e exigirão reavaliação e reorganização de prioridades. Como exemplo citamos a pandemia da Covid-19, que motivou o cancelamento de eventos, impôs novas formas de trabalho e impulsionou a comunicação via redes sociais e outros canais de comunicação.



2

Contexto

Considerando o Decreto nº 6.555/2008, as ações de comunicação do Confea são desenvolvidas e executadas com os objetivos de dar amplo conhecimento à sociedade de suas políticas e programas; divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à disposição dos profissionais e empresas; estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas relacionadas à engenharia, à agronomia e às geociências; e disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais, em especial aqueles que constituem seu público de interesse a exemplo dos profissionais, empresas, docentes, estudantes e gestores públicos.

Para atender ao Decreto nº 6.555/2008, o Confea elaborou sua Política de Comunicação. O documento confere amparo legal para as ações voltadas a promover capacidade operacional à Gerência de Comunicação do Confea (GCO), mediante a licitação e a contratação de serviços de publicidade; de serviços gráficos; de serviços de criação e desenvolvimento; de comunicação corporativa, entre outros.

A Política de Comunicação vigente tem como finalidade padronizar e estabelecer diretrizes de atuação e de elaboração dos produtos e serviços de comunicação do Confea, a fim de imprimir agilidade e qualidade às mensagens veiculadas, especialmente as ações normatizadoras e fiscalizatórias, potencializando positivamente a imagem institucional; garantir visibilidade à atuação do Confea, de modo a assegurar ao profissional registrado no Sistema Confea/Crea, aos estudantes da área e à sociedade o direito à informação de qualidade sobre o Conselho; e facilitar o acesso desses públicos às políticas e serviços desenvolvidos, tal como estabelecido nos instrumentos legais e constitucionais.

2.1 - Conselho de Comunicação e Marketing (CCM)

Definido pelo Regimento do Confea (Resolução nº 1.015/2006) como órgão de assessoramento, o Conselho de Comunicação e Marketing – CCM tem como finalidade formular e implementar a política editorial deste Federal.

Cabe ao CCM apreciar e deliberar o Plano de Comunicação institucional da organização, bem como supervisionar a execução e avaliar seus resultados; apreciar projetos editoriais para os veículos de comunicação do Confea a serem encaminhados ao Plenário para aprovação; e decidir sobre programas, projetos e

ações submetidas à sua apreciação, de acordo com o Plano de Comunicação do Confea.

O Conselho é composto pelos seguintes membros: presidente do Confea; dois conselheiros federais; um representante do Colégio de Presidentes do Sistema Confea/Crea; um representante do Colégio de Entidades Nacionais; um representante das Coordenadorias de Câmaras Especializadas dos Creas; um representante da Mútua; o superintendente de Estratégia e Gestão; o gerente de Comunicação; e dois convidados aprovados pelo Plenário do Confea, sendo um da área de comunicação e outro da área de marketing, com notório conhecimento e atuação no setor, pertencente ao quadro de colaboradores de um dos 27 Creas.

2.2 - Públicos de Interesse

Públicos de interesse são os públicos interno ou externo com os quais o Confea se relaciona e que ofereçam ou sofram potencial impacto em relação à atuação da instituição. Abaixo foram listados os principais públicos de interesse do Conselho. Ressalta-se que a listagem é exemplificativa e está em constante atualização.

Quadro 1 – Públicos de interesse		
Público Interno	Público Externo	
<ul style="list-style-type: none"> • Presidente • Conselheiros Federais • Gestores • Empregados • Estagiários • Prestadores de Serviço 	<ul style="list-style-type: none"> • Profissionais • Creas • Mútua • Colégio de Presidentes – CP • Colégio de Entidades Nacionais – Cden • Coordenadorias de Câmaras Especializadas dos Creas – CCEC • Coordenação das Comissões de Ética – CNCE • Entidades Precursoras • Instituições de Ensino 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudantes de nível técnico, tecnológico e superior • Formandos, Crea Jovem, Crea Júnior e Jovens Engenheiros • Conselheiros regionais • Inspetores • Veículos de comunicação • Parlamentares • Conselhos Profissionais • Organismos internacionais, como Upadi e OEP • Sociedade organizada como um todo, entre outros.

3

A Gerência de Comunicação (GCO)

A Gerência de Comunicação (GCO) tem por finalidade desenvolver e coordenar as ações de gestão estratégica de comunicação institucional do Confea e, no que couber, do Sistema Confea/Crea, observada a legislação específica, visando ao fortalecimento da imagem do Sistema e à visibilidade de seus serviços, programas, planos e resultados à sociedade.

Além de colaboradores das áreas técnicas de publicidade e de jornalismo, a GCO mantém sob sua coordenação o Setor de Patrocínios – Sepat, que tem por finalidade coordenar e executar as ações de patrocínio realizadas pelo Confea e o Setor de Comunicação Digital – Sedig, que tem por finalidade coordenar e executar as ações de comunicação digital realizadas pelo Confea.

A GCO também atua em parceria com a Gerência de Eventos – GEV, responsável por desenvolver e coordenar as ações de gestão de eventos e cerimonial realizados pelo Confea.

3.1 - Equipe

Tabela 1 – Quadro de Pessoal GCO/GEV - Cargos de Carreira			
GCO	SEDIG	SEPAT	GEV
<ul style="list-style-type: none"> Analistas: 8 Assistente: 1 Estagiários: 3 	<ul style="list-style-type: none"> Analistas: 2 	<ul style="list-style-type: none"> Assistentes: 2 Analista: 1 Estagiário: 1 	<ul style="list-style-type: none"> Analista: 1 Assistentes: 3

3.2 - Produtos e Serviços de Comunicação

As áreas de Comunicação e de Eventos planejam, coordenam, organizam e produzem uma diversidade de produtos de comunicação, considerando a estratégia de comunicação definida, o alcance e o público que se deseja atingir. Nos próximos itens serão apresentados os produtos e serviços desenvolvidos seguidos de breve detalhamento.

3.2.1 - Campanhas de Comunicação

A agência de publicidade que atende o Confea é contratada por meio de processo licitatório. As campanhas são planejadas semestralmente, aprovadas pelo Conselho de Comunicação e Marketing e homologadas pelo Plenário do Confea.

As campanhas publicitárias realizadas pelo Confea têm como objetivo dialogar com diferentes públicos de modo a divulgar o papel da engenharia, da agronomia e das geociências na defesa da sociedade, além de ressaltar a importância desses profissionais no desenvolvimento do país. O trabalho de fiscalização de obras e serviços das profissões regulamentadas e de contratação de um profissional registrado, além de promover a valorização da Anotação de Responsabilidade Técnica (ART), também é um tema presente nas ações. A depender da campanha, há veiculação também em diversos municípios brasileiros, não apenas nas capitais, mas em praças do interior, com a finalidade de ampliar o acesso de informações relevantes à sociedade brasileira.

3.2.2 - Eventos

O posicionamento do Confea acerca do exercício das profissões abrangidas pelo Sistema Confea/Crea ou da inserção da engenharia, da agronomia e das geociências no cenário nacional decorre, invariavelmente, da articulação com diferentes atores por meio de atividades institucionais voltadas ao debate e à tomada de decisão. Assim, grande parte de seus processos adota a realização de eventos institucionais como meios para o alcance de seus resultados, tais como congressos, seminários, workshops e reuniões.

Por meio de seus contratos licitados, são promovidos eventos institucionais, tanto para o público interno quanto para o público externo, dos quais derivam as seguintes atividades:

- Cobertura jornalística: trabalho de acompanhamento presencial e produção de conteúdo textual (podendo incluir o registro de imagens), servindo de registro e documentação jornalística de eventos promovidos pelo Confea ou com participação institucional do órgão.
- Cobertura fotográfica: acompanhamento de evento e realização de registro fotográfico para arquivo, divulgação ou utilização em outros produtos de comunicação.
- Cerimonial e protocolo: conjunto de procedimentos e formalidades necessários à realização de eventos. Nos eventos promovidos pelo Confea e em eventos externos e internos, a GEV participa na coordenação, execução e orientação aos representantes do Conselho em relação às regras de cerimonial e protocolo.
- Infraestrutura: planejamento em conjunto com a Unidade Organizacional

(UO) para viabilizar a infraestrutura adequada à realização do evento, observando os prazos contratuais e necessários para a montagem e desmontagem da infraestrutura, normas de acessibilidade e legislações específicas de segurança, combate a incêndios, entre outras.

- Peças de sinalização: alinhamento com a área de publicidade na elaboração de peças gráficas para identificação e sinalização em eventos promovidos pelo Confea, podendo ser necessária a criação de identidade visual própria ou no modelo-padrão adotado pelo Confea.

- Representação institucional: participação de representante do Conselho em ação de interesse institucional, como eventos, palestras, seminários, etc.

Material audiovisual: criação e produção de vídeos que divulguem os temas debatidos e ações realizadas durante os eventos, com o objetivo de dar publicidade e levar informação técnica para os profissionais.

3.2.3 - Patrocínio

Ação de comunicação que busca agregar valor à marca Confea, consolidar posicionamento sobre a aplicação da Lei nº 5.194/66, gerar identificação e reconhecimento da fiscalização e dos serviços prestados pelo Sistema, estreitar relacionamento com públicos de interesse para conhecimento dos serviços e da legislação, divulgar programas e políticas de atuação, entre outros.

A Política de Patrocínio do Confea tem como objetivos: a) gerar identificação e reconhecimento do Confea por meio da iniciativa patrocinada; b) ampliar o relacionamento do Confea com públicos de interesse; c) divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação do Confea; e d) agregar valor à marca Confea. [Clique para mais informações.](#)

3.2.4 - Cobertura Jornalística

Produção e edição dos textos publicados nos canais de comunicação da instituição, como notícias, matérias jornalísticas, notas e cobertura de eventos, releases para imprensa e posicionamentos oficiais, com garantia da impessoalidade e de modo a contribuir para uma imagem institucional cada vez mais fortalecida, madura e transparente. Essas informações municiam as lideranças sobre a inteligência gerada no âmbito do Sistema Confea/Crea e Mútua. Com mais notícias disseminadas, os líderes se sentem mais informados e integrados ao processo comunicativo, tendendo a sugerir novos assuntos

relevantes para divulgação. O conteúdo jornalístico compõe ainda um banco de conteúdos que serve de matéria-prima para relatórios, súmulas, respostas à imprensa, posts de redes sociais, campanhas publicitárias, publicações técnicas e divulgação nos canais de comunicação de Creas e entidades. São esses conteúdos que registram a história do Sistema.

3.2.5 - Relacionamento com veículos de comunicação

Atendimento aos veículos de comunicação: atendimento às demandas encaminhadas por veículos de comunicação, especialmente por veículos de imprensa. Além de responder aos questionamentos recebidos, a equipe redige notas, posicionamentos oficiais e releases, e acompanha entrevistas dos representantes do Confea.

3.2.6 - Produção de textos institucionais

Produção jornalística que contempla redação de discursos do presidente, artigos, prefácios, mensagens, notas de falecimento, entre outros textos institucionais. Essa tarefa abrange vasta pesquisa de conteúdo, identificação de público-alvo, contato com especialistas, organização da informação, noção do contexto institucional e político, além do trâmite para aprovação, edição e revisão.

3.2.7 - Homenagens e valorização profissional

Anualmente, o Confea publica o *Livro do Mérito*, uma homenagem aos profissionais e instituições de destaque que contribuem ou tenham contribuído para o desenvolvimento tecnológico nacional. Para redação da biografia e do perfil de cada homenageado, a equipe de Jornalismo realiza ampla pesquisa, entrevistas, coleta e organização de conteúdo textual e visual. Essas informações também auxiliam na elaboração do roteiro do vídeo, na confecção da Medalha do Mérito e de outras peças gráficas expostas na Semana Oficial da Engenharia e da Agronomia. O Livro do Mérito é disponibilizado no site do Confea, compondo a memória do Sistema Confea/Crea. [Acesse aqui e saiba mais](#)

3.2.8 - Repercussão de conteúdo dos Creas e de entidades do Sistema

Com foco na integração entre Confea, Creas e entidades ligadas ao Sistema, a equipe de Jornalismo repercute notícias dos Conselhos Regionais e das associações, no site do Federal, em postagens nas redes sociais e no boletim semanal. A disseminação das notícias dos Creas, em especial, é uma forma efetiva de apresentar ações de fiscalização e de proteção da sociedade, dos resultados

e temas finalísticos, mostrando à população o relevante papel do Conselho Profissional.

3.2.9 - Compartilhamento de imagens

Os arquivos fotográficos das agendas institucionais e das lideranças são arquivados na rede interna compartilhada do Confea. O arquivamento é feito pela equipe de Jornalismo, a quem compete ainda selecionar e publicar fotos em álbuns do Facebook, com replicação do link para visualização em matérias do site, no boletim semanal e no X, e no banco de imagens [Flickr](#).

3.2.10 - Gestão da Identidade Visual

O [manual de identidade visual](#) estabelece os parâmetros e regras para o uso correto do logotipo e de seus elementos, orientando e organizando as informações para a sua utilização e garantindo a unidade visual dos diversos suportes de comunicação.

3.2.11 - Programação Visual de materiais gráficos (impressos e digitais)

As principais atividades relacionadas à programação visual são a produção de peças gráficas impressas ou digitais. Entre os materiais elaborados estão: cartões de visita, cartilhas, folhetos, pôsteres, cartazes, convites, fundos de palco, totens, painéis, convites, crachás, pastas, banners, adesivos de sinalização, entre outros. Acesse o [Banco de imagens](#).

3.2.12 - Produção audiovisual/multimídia

Produção de conteúdos em vídeo sobre a atuação do Sistema, com caráter educativo ou institucional. Os vídeos são divulgados no canal do Confea no YouTube e replicados nas demais redes sociais e no site do Confea, de acordo com a relevância do assunto. Envolve trabalhos de captação de imagens, produção de animação, edição e publicação nas mídias, site e redes sociais. [Acesse o canal do Confea no YouTube](#).

3.2.13 - Videocast

Conexões Tecnológicas é o videocast do Sistema Confea/Crea que trata de assuntos relevantes para os profissionais do Sistema. Os episódios podem ser conferidos por este [canal](#).

3.2.14 - Produção Editorial – Publicações Institucionais

Produção de publicações institucionais com o objetivo de transmitir conteúdos

informativos, técnicos ou de utilidade pública gerados pelo órgão. Podem ser produzidas nos mais diversos formatos, como: cartilhas, relatórios, livros, manuais, entre outros. As publicações são impressas em tiragem específica para cada caso e também ficam disponíveis em formato digital para *download* gratuito na internet. Entre as publicações do Confea, destacamos a *Cartilha do Programa Mulher, Livros do Mérito, Manual Prático de Acessibilidade* e o *Código de Ética*. Acesse a página de publicações: [Link](#).

3.2.15 - Gestão de conteúdo do site do Confea

Criar seções institucionais e promover alteração na arquitetura da informação do Portal Institucional, proceder à correção gramatical das páginas, quando solicitado, prestar auxílio às unidades quanto à gestão do conteúdo nas páginas, administrar as páginas temáticas, responder pelas campanhas veiculadas no banner rotativo da home page, manter atualizados os links da página inicial e identificar a necessidade de melhorias e/ou implantação de novas funcionalidades no Portal Institucional.

3.2.16 - Redes sociais

Entendendo as redes sociais do Confea como canais de relacionamento e ferramentas de fortalecimento das marcas, faz-se necessário não só garantir presença relevante e constante, mas também promover a distribuição de conteúdo significativo, gerando interação e engajamento.

Atualmente o Confea utiliza as redes [Facebook](#), [YouTube](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [X](#) e [Flickr](#). A produção de conteúdo para essas redes é feita com apoio da agência de publicidade:

- Moderação de comentários: a mediação e a resposta a comentários postados nas páginas do Confea.
- Post, card e stories: peças de comunicação nas quais há predomínio de elementos visuais. São utilizados para transmitir mensagens ou conteúdo a públicos direcionados a partir de sua veiculação em plataformas de mídias sociais.
- Post noticioso: postagem que direciona o usuário às matérias jornalísticas publicadas no site do Confea.
- Álbum de fotos: coleção de imagens que registram agendas institucionais, como Encontro de Líderes e Semana Oficial da Engenharia e da Agronomia.

O crescente desempenho das redes sociais do Confea passa, principalmente, pelo cuidado no estudo de conteúdos segmentados, pela moderação assertiva e contínua, e pela exploração das ferramentas das redes. O compartilhamento das artes/peças pelos Regionais, pela Mútua e pelas entidades potencializou o resultado positivo, aumentou o engajamento e conferiu unicidade e padronização ao discurso do Sistema Confea/Crea e Mútua.

3.2.17 - Distribuição de materiais

A GCO distribui materiais institucionais, como publicações, cartas de serviço e Códigos de ética sob demanda específica dos Creas, entidades integrantes do Sistema e áreas técnicas do Confea. Além disso, fornece material para promover ações de divulgação nos eventos do Sistema e nas ações de patrocínio.

3.2.18 - Revisão

Etapa que visa a assegurar que o conteúdo a ser divulgado pelo Confea seja correto, sob o ponto de vista da Língua Portuguesa, atentando para as expressões utilizadas, sintaxe, ortografia, precisão e público-alvo, a fim de lhe conferir correção, clareza, concisão e harmonia. Nesta etapa são analisadas coerência e coesão, ortografia, pontuação e acentuação, atendimento às regras gramaticais, adequação vocabular, clareza das ideias, paralelismo e objetividade, além de realizada a checagem de informações e sugestão de reescrita, caso necessário. São revisadas matérias jornalísticas, decisões plenárias, publicações diversas, peças de sinalização de eventos, entre outros.

3.2.19 - Gestão e fiscalização de contratos de comunicação

A equipe de Comunicação atua na gestão e fiscalização de contratos de eventos, agência de publicidade, gráfica, de patrocínios e outros que se façam necessários para o desenvolvimento da comunicação institucional.

3.3 - Canais corporativos

Os canais corporativos são os meios de comunicação pelos quais o Confea divulga, difunde, veicula e transmite informações, de forma coletiva, para seus públicos de interesse e para a sociedade. Os canais corporativos atualmente disponíveis no Confea encontram-se listados a seguir.

3.3.1 - Canais digitais

- Portal na internet

O portal do Confea, desenvolvido de acordo com o Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico do Governo Federal – eMAG, permite que qualquer sistema de acesso à informação interprete as informações adequadamente e da mesma forma, seja por meio de navegadores, leitores de tela, dispositivos móveis (celulares, *tablets*, etc.) ou agentes de *software* (mecanismos de busca ou ferramentas de captura de conteúdo). Além disso, o portal conta com funcionalidades, como a opção de alto contraste, possibilidades de aumento e diminuição do tamanho das letras, bem como barra de acessibilidade que otimiza a navegabilidade pelos softwares de leitores de tela.

- Em Dia

Informativo eletrônico interno – dirigido aos funcionários, colaboradores e estagiários do Confea. Com periodicidade quinzenal, o *Em Dia* traz matérias e notas com entrevistas com os funcionários sobre os mais diversos assuntos relativos a comportamento; educação; saúde; informações de utilidade pública, como campanhas de vacinação; trabalhos desenvolvidos por funcionários e voltados para serviço voluntário; coleção de objetos; e dicas de lazer. O *Em Dia* também registra os aniversariantes da quinzena.

- Redes sociais

Atualmente o Confea utiliza as redes [Facebook](#), [YouTube](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [X](#) e [Flickr](#) para ampliar tanto a visibilidade de campanhas quanto de matérias jornalísticas produzidas pelo Conselho.

Por intermédio desses canais, o Confea demonstra a atuação do órgão na defesa da sociedade, mas também se aproxima do seu público. Há um contato direto por meio de comentários, curtidas, resposta a dúvidas e compartilhamentos.

Quanto mais evidente ficar para o internauta que determinado assunto afeta sua vida, maior será seu interesse pelo tema e maior será o engajamento dele com as redes sociais. Nesse sentido, pautas relacionadas às datas comemorativas, eventos profissionais, campanhas de utilidade e campanhas relacionadas ao Programa Mulher têm se destacado.

4

Cenário

4.1 - Pesquisa de opinião

As pesquisas de opinião anteriormente realizadas demonstraram o desconhecimento da sociedade sobre a relevância da atuação do Sistema Confea/Crea em prol do interesse público, bem como desconhecimento dos profissionais acerca da missão do Confea e dos Creas como órgãos de fiscalização profissional. Percepção ainda verificada na pesquisa mais recente, realizada pelo Instituto de Pesquisa Datafolha entre novembro de 2021 e fevereiro de 2022, com representantes da sociedade, formadores de opinião e profissionais registrados, assinalando também a falta de entendimento sobre a amplitude e a complexidade dos trabalhos que são desempenhados pelos profissionais abrangidos pelo Sistema Confea/Crea.

Quadro 3 – Exemplo de variáveis para análise da marca Confea	
Variável	Definição
Conhecimento	As pessoas sabem que o Confea existe?
Familiaridade	Até que ponto as pessoas conhecem o Confea? O que ele oferece?
Associações	Quais qualidades vêm à mente quando as pessoas pensam no Sistema Confea/Crea?
Preferência	Até que ponto as pessoas valorizam a atuação do Sistema Confea/Crea? Possui boa repercussão?
Consideração	As pessoas levam o Sistema Confea/Crea em consideração para realizar uma atividade/empreendimento de engenharia, agronomia ou geociências? E para utilização de produtos ou serviços?
Recomendação	As pessoas recomendariam os serviços do Sistema Confea/Crea para seus colegas?

Adaptação do estudo caracterizado como Country Brand Report América Latina, da empresa FutureBrand, que analisa o ranking de marca do país (FUTUREBRAND, 2018)

Assim, os diagnósticos realizados permitem direcionar pautas e ações, bem como desenvolver novas campanhas institucionais com vistas a aprimorar a divulgação da missão e dos resultados do Sistema. O contrário também ocorre, como exemplifica o Referencial Estratégico para o Sistema Confea/Crea 2023-2024 que, aprovado pela Decisão PL-0996/2022, identifica as ações e os temas que devem ser desenvolvidos pela comunicação institucional do Confea e dos Creas para potencializar o conhecimento acerca das orientações da Estratégia

Federal de Desenvolvimento 2021-2030 e das metas da Agenda 2030 da ONU que interagem com nossa atuação institucional, os quais passaram a constituir direcionadores estratégicos para o Sistema Confea/Crea tendo em vista sua natureza jurídica.

Dessa forma, este Plano leva em consideração pontos críticos e positivos constatados no levantamento. O fortalecimento da imagem inclui também a melhoria do conteúdo dos canais do Conselho, incluindo informações que aumentem a transparência ativa, bem como a criação de novos materiais informativos e, quando aplicável, de conteúdo em língua estrangeira. Aprimorar os canais de interação com o público também pode reduzir ruídos, sanar dúvidas e melhorar os serviços prestados.

É importante ressaltar que nos últimos anos a comunicação do Confea vem se transformando e deixando de ser apenas institucional para se tornar uma comunicação de utilidade pública, demonstrando para a população a importância da atuação do órgão na defesa da sociedade.

Para os próximos anos, o Confea pretende continuar ampliando a comunicação de utilidade pública com o objetivo de mostrar a importância da sua atuação e da engenharia, da agronomia e das geociências como um todo.

4.2 - Resultados do Plano de Comunicação 2021-2023

A análise dos resultados do Plano de Comunicação 2021-2023 aponta que os serviços e as necessidades ora propostos foram conduzidos satisfatoriamente, alcançando um considerável percentual de iniciativas concluídas e em andamento. Para as iniciativas que não foram executadas, fazem-se necessárias adequações de estratégias durante a abrangência de Plano.

As necessidades e os serviços foram classificados com base nas seguintes situações:

- Concluído: é aquele que não requer mais ações e foi considerado finalizado.
- Em Andamento: é aquele que se encontra passível de alguma ação, não tendo sido concluído.
- Não Executado: é aquele que não teve qualquer andamento.
- Planejado: é aquele que não teve andamento, mas cujo objeto ainda se faz necessário e planeja-se sua execução.

Objetivo	Iniciativa	Projeto/Atividade	Indicador	Resultados	Situação	Avaliação
Uniformizar a gestão da comunicação institucional	Estabelecer diretrizes para a comunicação institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua	Regulamentar e implantar política de comunicação institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua	Taxa de execução das ações de alinhamento da comunicação institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Criação do Manual de Identidade Visual da Marca Confea/Crea e Mútua • Realização de cinco Encontros de Comunicação do Sistema Confea/Crea e Mútua • Disponibilização de materiais gráficos e campanhas, vídeos e postagens em <i>drive</i> compartilhado com os 27 Creas e a Mútua. • Disponibilização de notícias dos Creas e das entidades no site do Confea e redes sociais • Produção de vídeos institucionais • Utilização da logomarca compartilhada Confea/Crea e Mútua pelos 27 Creas, em postagens nas redes sociais, estandes e principais eventos 	Concluído	Foram estabelecidos referenciais importantes para as áreas de comunicação do Sistema Confea/Crea e Mútua, primando pela padronização visual e pela unicidade do discurso. No entanto, uma política de comunicação para o Sistema Confea/Crea e Mútua encontra-se ainda em estudo e poderá ser debatida no próximo Encontro de Comunicação do Sistema.
		Regulamentar e implantar as diretrizes de patrocínio do Sistema Confea/Crea	Taxa de execução do projeto de aperfeiçoamento do processo de patrocínio	<p>Por meio das ações de patrocínio e de locação de estandes, a marca Confea/Crea se fez presente, no triênio 2021-2023, em mais de 325 eventos patrocinados, 97 publicações e 104 estandes.</p> <p>Estimativa de público presente (2021-2023):</p> <ul style="list-style-type: none"> • eventos patrocinados: 127.678 pessoas • estandes: 3.048.780 pessoas <p>Número de contrapartidas de comunicação contratadas por meio dos projetos de patrocínio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2021: 753 • 2022: 1.791 • 2023: 1.863 <p>Taxa de conhecimento dos frequentadores dos estandes promovidos pelo Confea sobre a atuação do Conselho Federal e sobre os produtos e serviços do Sistema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Média: 9,2 	Em andamento	Estabelecimento e implantação da Política de Patrocínios do Confea (Decisão Plenária N° PL 1144/2019) e Publicação dos Editais de patrocínio 2021, 2022 e 2023. Ao estar presente em eventos, locações de estande e em publicações patrocinadas que estimulem a inovação, atualização e geração de conhecimento técnico-científico, divulguem ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico e discutam ações e estudos relacionados ao exercício, à regulamentação ou à fiscalização profissional, o Confea combina elementos que permitem a conexão do público de interesse com a sua marca por meio de experiências positivas e que se alinham aos seus valores institucionais. Cabe informar que as diretrizes para a concessão de patrocínio no Sistema Confea/Crea encontram-se em estudo, com objetivo de atualizar a regulamentação vigente e aumentar sua compatibilidade com a IN-Secom n° 2/2019.

Objetivo	Iniciativa	Projeto/Atividade	Indicador	Resultados	Situação	Avaliação
Uniformizar a gestão da comunicação institucional	Aprimorar a gestão por resultados da comunicação institucional do Confea	Atualizar o manual de eventos do Confea;	Nº de ações realizadas	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de Banco de imagens Institucional: canal Flickr Confea/Crea; • Atualização dos regulamentos de patrocínio e de locação de estande; • Novo layout de intranet concluído; • Institucionalização de calendários de eventos técnicos. 	Em andamento	Para os próximos anos, há o objetivo de aperfeiçoar e intensificar os fluxos comunicacionais a partir da elaboração e implantação de documentos que regulamentem e alinhem as comunicações dos Creas e a comunicação interna do Confea.
		Atualizar os regulamentos de patrocínio e participação do Confea e eventos por meio de locação de estandes;				
		Definir a matriz RACI acerca da produção e aprovação do conteúdo editorial do Confea;				
		Definir e implantar plano de comunicação interna;				
		Definir o layout da nova intranet do Confea;				
		Estabelecer indicadores para aferição de resultados da comunicação institucional do Confea;				
		Organizar e catalogar o banco de imagens institucional;				
		Regulamentar e implantar o calendário de eventos unificado.				

Objetivo	Iniciativa	Projeto/Atividade	Indicador	Resultados	Situação	Avaliação
Fortalecer a marca Confea	Manter o planejamento de campanhas publicitárias do Sistema Confea/Crea	Gerenciar o plano de campanhas	Nº de campanhas publicitárias executadas	<p>Entre 2021 e 2023, foram realizadas 22 campanhas nacionais com os temas: Fiscalização, ODS 5 (Equidade de Gênero/Mulher), Valorização Profissional Engenharia e Agronomia.</p> <p>A presença nos grandes meios de comunicação, como rádios, jornais, TV, revistas, outdoors e canais digitais, permitiu ao Sistema Confea/Crea dialogar com diferentes públicos e divulgar o papel da engenharia, da agronomia e das geociências na defesa da sociedade, estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas relacionadas às áreas do Sistema Confea/Crea e disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais, amplificando as ações de comunicação do Estado brasileiro.</p>	Concluído	<p>As campanhas publicitárias realizadas pelo Confea tiveram como objetivo dialogar com diferentes públicos de modo a divulgar o papel da engenharia, da agronomia e das geociências na defesa da sociedade, estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas relacionadas às áreas do Sistema Confea/Crea e disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.</p> <p>Outro ponto importante na realização das campanhas publicitárias é que os recursos utilizados são compartilhados com todos os 27 Creas do país, em campanhas veiculadas em todos os estados da Federação e com a participação das áreas de comunicação dos Conselhos Regionais que inclusive realizam a escolha dos pontos em campanhas de outdoors, por exemplo.</p> <p>As campanhas de fiscalização procuram também a disseminação de informações em novas praças sobre o trabalho desenvolvido pelo Sistema Confea/Crea em fiscalizar obras e serviços das profissões regulamentadas. Para isso foram veiculadas campanhas em diversos municípios brasileiros, não apenas nas capitais, mas também em praças do interior, com o objetivo de ampliar o acesso de informações relevantes para a sociedade brasileira.</p>
		Realizar pesquisa de opinião pública	Taxa de conhecimento dos públicos de interesse sobre o Sistema Confea/Crea	<p>As pesquisas de opinião anteriormente realizadas demonstraram o desconhecimento da sociedade sobre a relevância da atuação do Sistema Confea/Crea em prol do interesse público, bem como desconhecimento dos profissionais acerca da missão do Confea e dos Creas como órgãos de fiscalização profissional. Percepção ainda verificada na pesquisa mais recente, realizada pelo Instituto de Pesquisa Datafolha entre novembro de 2021 e fevereiro de 2022, com representantes da sociedade, formadores de opinião e profissionais registrados, assinalando também a falta de entendimento sobre a amplitude e a complexidade dos trabalhos que são desempenhados pelos profissionais abrangidos pelo Sistema Confea/Crea.</p>	Concluído	<p>Para os próximos anos, o Confea pretende continuar ampliando a comunicação de utilidade pública com o objetivo de mostrar a importância da sua atuação e da engenharia, da agronomia e das geociências como um todo. Realizar pesquisas de forma cíclica permitirá ao Confea direcionar pautas e ações, bem como desenvolver novas campanhas institucionais com vistas a aprimorar a divulgação da missão e dos resultados do Sistema.</p>

Objetivo	Iniciativa	Projeto/Atividade	Indicador	Resultados			Situação	Avaliação
Fortalecer a marca Confea	Aprimorar a comunicação digital do Confea	Ampliar a divulgação das redes do Confea interna e externamente	Taxa de crescimento do nº de seguidores ou inscritos nos canais de comunicação digital do Confea	2021: -2% Instagram -1% Facebook +6% X +25% YouTube	2022 +2% Instagram +2% Facebook +1% X +3% YouTube	2023 +4% Instagram +1% Facebook +9% X +22% YouTube	Concluído	As ações de gerenciamento de redes sociais, o apoio aos Regionais e o compartilhamento contínuo foram determinantes para o crescimento digital do Confea. Ressalta-se a adesão dos Regionais ao uso da logomarca compartilhada do Sistema Confea/Crea-XX/Mútua e a disponibilização de artes em formato aberto aos Creas e às entidades para que haja adequação e divulgação em suas redes. O crescente desempenho das redes sociais do Confea passa, principalmente, pelo cuidado no estudo de conteúdos segmentados, pela moderação assertiva e contínua e pela exploração das ferramentas das redes. O compartilhamento das artes/peças pelos Regionais potencializou o resultado positivo, aumentou o engajamento e conferiu unicidade e padronização ao discurso do Sistema Confea/Crea e Mútua.
		Estabelecer ferramentas de aferição do ambiente digital do Confea	Taxa de engajamento do nº de seguidores ou inscritos nos canais de comunicação digital do Confea	Quantidade de notícias publicadas (site do Confea) (jornalismo): 1.533 2021 – 544 notícias 2022 – 518 notícias 2023 até 30/09 – 471 notícias Acessos ao site do Confea 2021 – 899.608 páginas visitadas 2022 – 604.473 páginas visitadas 2023 (até 04/10) – 542.170 páginas visitadas Número de seguidores: 2021: FB - 120.909 Instagram - 97.900 X - 16.400 YouTube - 7.300 inscritos 2022: FB - 118.630 Instagram - 99.894 X - 16.300 YouTube - 7.842 inscritos 2023: FB - 120.000 Instagram - 101.000 X - 17.857 LinkedIn - 17.000 YouTube - 9.580 TV Confea: 2021: 390 vídeos 2022: 428 vídeos 2023: 237 vídeos Podcast Confea/Crea: 2022/2023 - 58 episódios publicados no programa <i>Confea/Crea em ação</i>			Concluído	
		Uniformizar o padrão visual dos sites dos Creas a partir do template do site do Confea.	Nº de Regionais que aderiram ao template	A Deliberação CCM 007/2021 aprovou a disponibilização aos Regionais do template do site do Confea e das diretrizes do Guia de Estilo para plataformas digitais do Conselho. Até o momento 16 Regionais aderiram à proposta. Ressalta-se a importância de adesão pelos demais Creas.			Em andamento	

Quadro 4 – Demonstrativo do planejamento e resultados da comunicação do Confea no período de 2021 a 2023

Objetivo	Iniciativa	Projeto/Atividade	Indicador	Resultados	Situação	Avaliação
Fortalecer a marca Confea	Fortalecer a produção editorial do Confea	Definir, com as áreas técnicas, o conteúdo editorial anual do Confea.	Nº de publicações	Entre 2021 e 2023 foram produzidas pela Gerência de Comunicação 19 publicações. Os conteúdos das publicações foram desenvolvidos e elaborados por áreas técnicas do Confea. Estiveram envolvidos o Gabinete da Presidência, a Gerência de Relações Institucionais, a Assessoria Parlamentar, Coordenadorias e a Comissão do Mérito.	Concluído	Com apoio das áreas técnicas do Confea, a GCO produz publicações institucionais com o objetivo de transmitir conteúdos informativos, técnicos ou de utilidade pública gerados pelo órgão. Podem ser produzidas nos mais diversos formatos, como: cartilhas, relatórios, livros, manuais, entre outros. As publicações são impressas em tiragem específica para cada caso e também ficam disponíveis em formato digital para <i>download</i> gratuito na internet, podendo ser acessadas no endereço: https://www.confea.org.br/publicacoes . Entre as publicações do Confea, destacamos a <i>Cartilha do Programa Mulher</i> , <i>Livros do Mérito</i> , <i>Manual Prático de Acessibilidade</i> e o <i>Código de Ética</i> .
		Atualizar e divulgar a página de publicações do site do Confea.		A página de publicações do Confea é atualizada regularmente com publicações patrocinadas e/ou produzidas pelo órgão.	Concluído	
		Fornecer material para apoiar as ações de articulação e mobilização realizadas pelo Confea, pelos Creas e entidades que integram o Sistema Confea/Crea e Mútua.	Nº de materiais distribuídos	Distribuição de materiais institucionais, como publicações, cartas de serviço e Código de Ética, sob demanda específica dos Creas, entidades integrantes do Sistema e áreas técnicas do Confea. Além disso, forneceu materiais para promover ações de divulgação nos eventos do Sistema e nas ações de patrocínio e estandes.	Concluído	

Objetivo	Iniciativa	Projeto/Atividade	Indicador	Resultados	Situação	Avaliação
Aprimorar a atuação das lideranças do Sistema Confea/ Crea como agentes da comunicação institucional	Qualificar as lideranças como porta-vozes do Sistema Confea/Crea	Contratar e implantar serviços especializados para realização de treinamento de mídia ou curso de formação de porta-vozes.	Nº de lideranças capacitadas e Nº de inserções do Confea na mídia externa	<p>Encontra-se vigente contrato com empresa para prestação de serviços de comunicação corporativa, referentes à:</p> <p>a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Confea, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional ou internacional;</p> <p>b) criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito deste contrato; e</p> <p>c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Confea junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.</p> <p>Nesse sentido, além dos serviços de treinamento para porta-vozes, serão produzidos materiais que visam subsidiar suas apresentações e que irão direcionar as declarações sobre temas em questão.</p>	Em andamento	Por meio de serviços especializados de comunicação corporativa, o Confea reforçará sua personalidade e uma só voz, com mais credibilidade e relevância em meio a uma possível gestão de crise ou em períodos de maior turbulência econômica, como aqueles que vivenciamos na pandemia.
		Treinar os presidentes do Confea e dos Creas, os diretores da Mútua e os conselheiros federais.				
		Produzir, em conjunto com as áreas técnicas, livreto de bolso com dados genéricos para porta-vozes.				
		Disponibilizar, aos porta-vozes, repositório com dados de interesse do Sistema Confea/Crea, consolidados pelas áreas técnicas.				
		Padronizar para os porta-vozes apresentações ou conteúdos sobre o Sistema Confea/Crea.				
		Criar, em conjunto com as áreas técnicas, banco de respostas recorrentes para consulta por porta-vozes.				

Quadro 5 – Resultados quantitativos da comunicação do Confea no período de 2021 a 2023

Resultados Quantitativos		2021	2022	2023
Comunicação	Eventos institucionais	96	104	92
Mídias digitais	Vídeos TV Confea	390	428	237
Mídias digitais	Notícias publicadas no site Confea	544	518	471
Mídias digitais	Redes sociais - Instagram	97.900	99.894	104.000
Mídias digitais	Redes sociais - Facebook	120.909	118.630	120.000
Mídias digitais	Redes sociais - X	16.400	16.300	17.800
Mídias digitais	Redes sociais - YouTube	7.300	7.842	9.580
Mídias digitais	Engajamento: FB, LinkedIn, X, Insta reações, compartilhamentos, cliques, comentários	90.874	70.296	199.297
Mídias digitais	Total de seguidores	242.509	242.666	251.380
Mídias digitais	% crescimento participantes eventos patrocinados		211%	175%
Mídias digitais	% crescimento participantes eventos apoiados		205%	52%
Mídias digitais	% crescimento seguidores mídias sociais		100%	104%
Mídias digitais	% crescimento do engajamento		-23%	284%
Publicidade	Campanhas nacionais	4	4	4
Patrocínio	Eventos patrocinados	62	155	108
Patrocínio	Publicações patrocinadas	22	43	32
Patrocínio	Contrapartidas contratadas	753	1791	1.863
Patrocínio	Participantes nos eventos patrocinados	18.735	39.554	69.389
Patrocínio	Exemplares das publicações patrocinadas	-	-	50.750
Estande	Eventos apoiados (estandes)	16	48	40
Estande	Contrapartidas contratadas	127	199	216
Estande	Participantes nos eventos apoiados	738.310	1.515.340	795.130

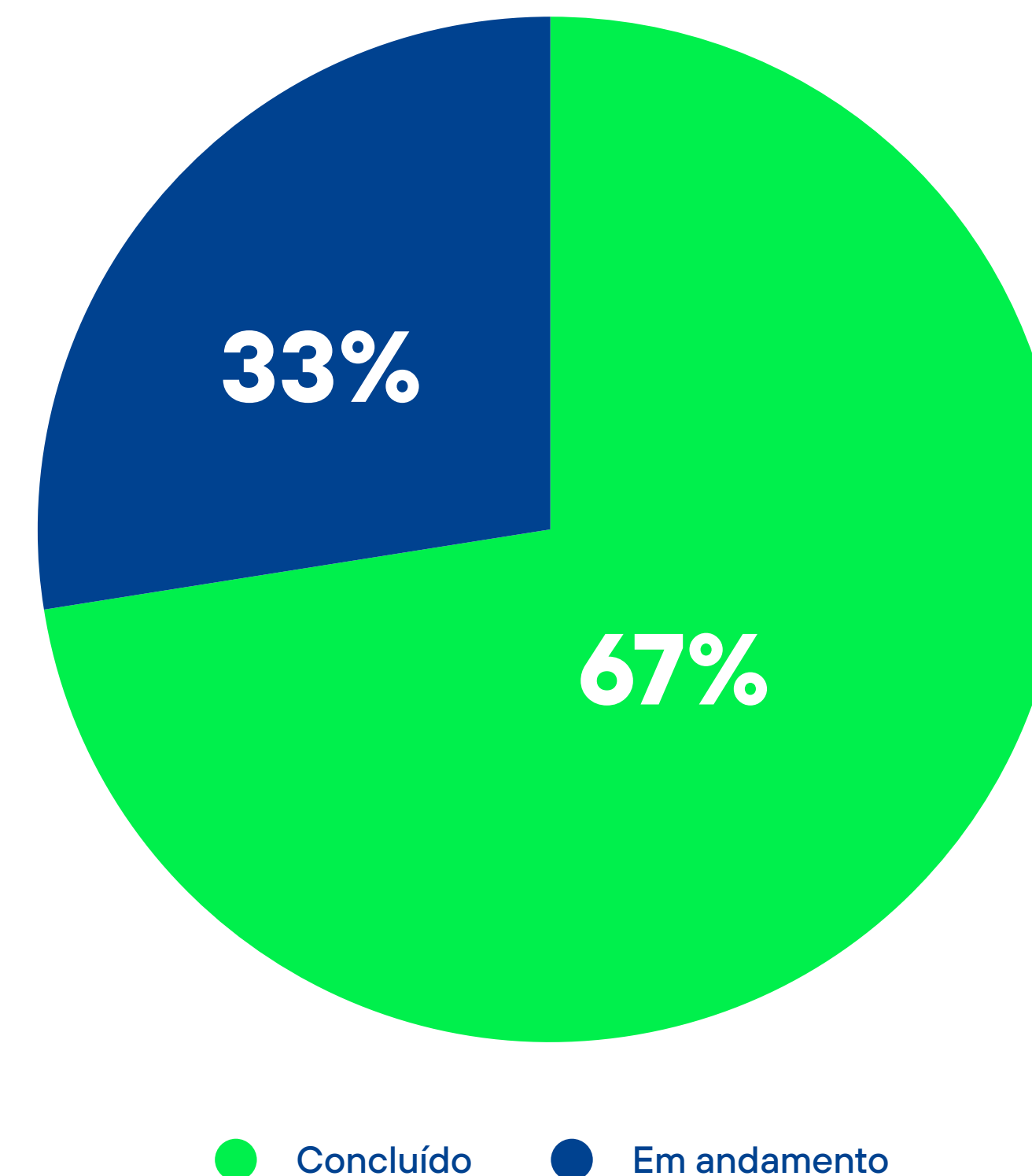


Figura 1 – Distribuição das iniciativas do Plano de Comunicação 2021-2023 de acordo com a situação

5

Direcionadores Estratégicos

Este Plano de Comunicação é fundamentado na política de comunicação e elaborado considerando também outros documentos institucionais basilares, como a Agenda 2030, a Estratégia Federal de Desenvolvimento e o Referencial Estratégico para o Sistema Confea/Crea 2023-2024.

Quadro 6 – Orientações do Referencial Estratégico para o Subprograma Comunicação e Eventos, visando ao alinhamento dos temas das ações de comunicação do Sistema às diretrizes da EFD 2031 e dos objetivos da Agenda 2030 da ONU

Eixo	Estratégia Brasileira	Diretriz ou Objetivo	Orientação ou Meta
DIMENSÃO Econômica FOCO Educação, ciência, tecnologia e inovação; Trabalho decente e crescimento econômico; Indústria, inovação e infraestrutura; Cidades e comunidades sustentáveis	Estratégia Federal de Desenvolvimento (EFD) 2020-2031	EFD 1 – Alcançar o crescimento econômico sustentado e a geração de empregos, com foco no ganho de produtividade, na eficiência alocativa e na recuperação do equilíbrio fiscal.	Para a ampliação dos esforços em educação, ciência, tecnologia e inovação: ampliar o conhecimento da biodiversidade dos biomas brasileiros e dos respectivos serviços ecossistêmicos e ativos de base biológica, desenvolvendo o amplo potencial de seu uso sustentável, com a coordenação de investimentos nacionais e internacionais.
			Para a ampliação dos esforços em educação, ciência, tecnologia e inovação: ampliar os mecanismos de incentivo a ações conjuntas entre instituições públicas e privadas, de modo a gerar um ecossistema de inovação mais simbiótico e um ambiente de negócios mais empreendedor e dinâmico.
			Para a ampliação dos esforços em educação, ciência, tecnologia e inovação: posicionar o agronegócio brasileiro como referência na promoção de saúde e qualidade de vida para a sociedade mundial, por meio da produção eficiente e da entrega efetiva de produtos, serviços, processos e seus derivados, com base em sustentabilidade, bioeconomia, agricultura digital, inovação aberta e sistemas alimentares contemporâneos.
	Agenda 2030 para o Brasil	ODS 08 – Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.	Ampliar a eficiência da utilização de recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental, de acordo com o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS).
		ODS 09 – Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação.	Fortalecer a pesquisa científica e melhorar as capacidades tecnológicas das empresas, incentivando, até 2030, a inovação, visando aumentar o emprego do conhecimento científico e tecnológico nos desafios socioeconômicos nacionais e nas tecnologias socioambientalmente inclusivas; e aumentar a produtividade agregada da economia. a) Aumentar para 3.000 o número de trabalhadores de pesquisa e desenvolvimento por milhão de habitantes; b) Aumentar para 120.000 o número de técnicos e pesquisadores ocupados em P&D nas empresas; c) Aumentar para 2,00% os gastos público e privado em pesquisa e desenvolvimento em relação ao PIB.
		ODS 11 – Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.	Fortalecer as iniciativas para proteger e salvaguardar o patrimônio natural e cultural do Brasil, incluindo seu patrimônio material e imaterial. Até 2030, proporcionar o acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes, em particular para as mulheres, crianças e adolescentes, pessoas idosas e pessoas com deficiência, e demais grupos em situação de vulnerabilidade.

DIMENSÃO Infraestrutura FOCO Serviços de telecomunicações; Segurança e eficiência energéticas	Estratégia Federal de Desenvolvimento (EFD) 2020-2031	EFD 3 – Fomentar o desenvolvimento da infraestrutura, com foco no ganho de competitividade e na melhoria da qualidade de vida, assegurando a sustentabilidade ambiental e propiciando a integração nacional e internacional.	Para a modernização dos serviços de telecomunicações: estimular a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico e produtivo, a atualização constante dos serviços de tecnologia da informação e comunicação – TIC, a inteligência artificial, a segurança cibernética e a distribuição de tecnologias digitais, de forma a acompanhar a fronteira econômica mundial.
			Para a promoção da segurança hídrica, permitindo usos múltiplos da água com eficiência: discutir o valor da água, de forma a promover o uso racional e os investimentos no setor, sem prejuízo da sua função social.
			Para a promoção da segurança hídrica, permitindo usos múltiplos da água com eficiência: ampliar e difundir o conhecimento sobre as águas subterrâneas e suas interações com as águas superficiais, por meio da realização de levantamentos, estudos e pesquisas, com vistas à elaboração de um modelo de gestão integrada dos recursos hídricos.
DIMENSÃO Ambiental FOCO Fontes renováveis na matriz energética; Sustentabilidade ambiental; Potencial econômico do meio ambiente; Água potável e saneamento; Consumo e produção sustentáveis	Estratégia Federal de Desenvolvimento (EFD) 2020-2031	EFD 4 – Promover a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais, com foco na qualidade ambiental como um dos aspectos fundamentais da qualidade de vida das pessoas, conciliando a preservação do meio ambiente com o desenvolvimento econômico e social.	Para a ampliação da participação das fontes renováveis na matriz energética: incentivar a pesquisa, a produção e o uso de combustíveis limpos na matriz energética brasileira.
			Para a sustentabilidade ambiental: estimular a conservação e o uso sustentável da biodiversidade dos biomas nacionais e ambientes marinhos, dos recursos minerais, hídricos e do potencial energético no território brasileiro.
			Para o aproveitamento do potencial econômico do meio ambiente: fomentar a pesquisa científica e o desenvolvimento da cadeia produtiva da bioeconomia, com foco no aproveitamento das potencialidades da biodiversidade para a utilização como fármacos, fitofármacos, medicamentos, cosméticos, bioenergia, biomateriais e outros do interesse da indústria.
	Agenda 2030 para o Brasil	ODS 06 – Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos.	Até 2030, aumentar substancialmente a eficiência do uso da água em todos os setores, assegurando retiradas sustentáveis e o abastecimento de água doce para reduzir o número de pessoas que sofrem com a escassez.
ODS 12 – Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.			Até 2030, reduzir o desperdício de alimentos <i>per capita</i> nacional, em nível de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita.
DIMENSÃO Social FOCO Fome zero e agricultura sustentável; Igualdade de gênero	Agenda 2030 para o Brasil	ODS 03 – Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades.	Até 2030 acabar, como problema de saúde pública, com as epidemias de Aids, tuberculose, malária, hepatites virais, doenças negligenciadas, doenças transmitidas pela água, arboviroses transmitidas pelo <i>Aedes aegypti</i> e outras doenças transmissíveis.
			Até 2030, reduzir pela metade as mortes e lesões por acidentes no trânsito.

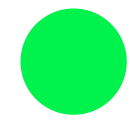
O Referencial Estratégico para o Sistema Confea/Crea 2023-2024 também apresenta um conjunto de sugestões relacionadas ao aprimoramento dos processos do Subprograma Comunicação e Eventos que deverão ser consideradas pelas organizações do Sistema Confea/Crea para definição de objetivos, indicadores e metas do respectivo Plano Plurianual 2023-2024.

Nesse contexto, o livro *Comunicação e marketing no setor público: diferentes abordagens para a realidade brasileira*, de Layon Carlos Cezar, publicado em 2019, explicita que, tanto nas pesquisas para justificação das ações de marketing público quanto na análise do ambiente em que está inserido, a fundamentação caracteriza estratégias fundamentais para definição de objetivos. O planejamento da comunicação do Confea vem se estruturando, trazendo como principal tipologia o marketing de organizações e serviços, tem como objetivos fortalecer sua imagem institucional, mediante a divulgação dos produtos e serviços públicos do Sistema Confea/Crea e disseminação das informações que ressaltam a importância da verificação e fiscalização do exercício das profissões da engenharia, agronomia e geociências, contribuindo em última análise para relações éticas de trabalho e profissionais e empresas valorizados.

Quadro 7 – Sugestões relacionadas ao aprimoramento dos processos do Subprograma Comunicação e Eventos	
Assunto	Sugestão a ser considerada pelo Confea, Creas e Mútua
Agenda 2030	Incentivar a atuação do profissional e/ou das entidades de classe na divulgação da Agenda 2030, observando as sugestões da cartilha <u>Agenda 2030 – O Sistema Confea/Crea e Mútua preocupado em transformar e do Relatório da Unesco – Engenharia para o desenvolvimento sustentável</u> .
	Incentivar a divulgação da Agenda 2030 pelas organizações do Sistema Confea/Crea, em especial da cartilha <u>Agenda 2030 – O Sistema Confea/Crea e Mútua preocupado em transformar e do Relatório da Unesco – Engenharia para o desenvolvimento sustentável</u> .
Comunicação integrada	Incorporar à política de comunicação das organizações do Sistema Confea/Crea os princípios, valores e norteadores da Agenda 2030 e EFD 2020-2031.
	Definir na política de comunicação das organizações do Sistema Confea/Crea os públicos, serviços e produtos de comunicação específicos que ampliem a percepção de valor entregue no âmbito do debate e implementação de políticas públicas.
Plano de Comunicação	Direcionar ou ampliar o desenvolvimento de produtos de comunicação institucional em âmbito federal ou regional, alinhando sua pauta às orientações e metas da EFD e Agenda 2030.
	Direcionar ou ampliar a realização de ações publicitárias pelas organizações do Sistema Confea/Crea, capilarizando e ampliando a divulgação do papel da engenharia, da agronomia e das geociências na defesa da sociedade e de temas de interesse público dos diferentes segmentos sociais, alinhando sua pauta às orientações e metas da EFD e Agenda 2030.
Patrocínio	Incorporar à política de patrocínio das organizações do Sistema Confea/Crea os princípios, valores e norteadores da Agenda 2030 e EFD 2020-2031.
	Direcionar ou ampliar o patrocínio de projetos pelas organizações do Sistema Confea/Crea, alinhando sua pauta às orientações e metas da EFD e Agenda 2030, incorporando inclusive o patrocínio à pesquisa e à divulgação de conhecimento e ao desenvolvimento de produtos e serviços de engenharia, agronomia e geociência, observados os critérios de viabilidade técnica e financeira.
	Incorporar como requisitos de admissibilidade e qualificação técnica dos projetos de patrocínio os princípios, valores e norteadores da Agenda 2030 e EFD 2020-2031.
Banco de dados	Adotar como subsídio para comunicação as informações tratadas a partir do banco nacional de dados de escolas, cursos profissionais, empresa, ART, fiscalização e julgamento visando à divulgação de informações consistentes em face do atendimento dos requisitos de confiabilidade e integridade.
Articulação institucional	Atuar em parceria e subsidiar os Poderes Federal, Estadual e Municipal, as instituições de ensino e de pesquisa e a sociedade em geral com informações consistentes, mediante disponibilização de acesso a dados, indicadores e publicações, acerca do desenvolvimento das atividades de profissionais e empresas nas áreas da engenharia, agronomia e geociências, dos produtos e serviços prestados pelo Sistema Confea/Crea, bem como de sua contribuição no debate e implementação de políticas públicas, as quais constituem eixos do planejamento e investimento fixados pelo governo brasileiro para o período.



Diretrizes para o Conteúdo



As campanhas publicitárias do Confea devem ter finalidade pública, visto que as atribuições de fiscalização e regulamentação do exercício profissional estão definidas na Constituição Federal, na Lei nº 5.194/1966, e no Regimento do Confea, aprovado pela Resolução nº 1.015/2006, conforme demonstrado abaixo.

A Constituição Federal, em seu art. 37, dispõe que

A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: § 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Nesse contexto, o Decreto nº 6.555/2008 estabelece em seu art. 1º que as ações de comunicação do Poder Executivo Federal terão como objetivos principais: I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal; II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição; III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e V - promover o Brasil no exterior. Além disso, relaciona as ações de comunicação do Poder Executivo Federal no art. 3º: Comunicação Digital; Comunicação Pública; Promoção; Patrocínio; Publicidade, que se classifica em: a) publicidade de utilidade pública; b) publicidade institucional; c) publicidade mercadológica; e d) publicidade legal; Relações com a Imprensa; e Relações Públicas.

Entre as diretrizes fixadas para as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, a comunicação do Confea reforça: a atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social; a valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual; o fortalecimento das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente; a adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público; valorização de estratégias de comunicação regionalizada e uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação do Sistema Confea/Crea.

Já a Lei nº 5.194/1966 estabelece as atribuições do Confea como instância superior da fiscalização do exercício profissional da engenharia, da arquitetura¹ e da agronomia, em prol do desenvolvimento econômico observada a segurança e o bem-estar da sociedade e a sustentabilidade ambiental.

Art. 1º - As profissões de engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo são caracterizadas pelas realizações de interesse social e humano que importem na realização dos seguintes empreendimentos:

- a. aproveitamento e utilização de recursos naturais;
- b. meios de locomoção e comunicações;
- c. edificações, serviços e equipamentos urbanos, rurais e regionais, nos seus aspectos técnicos e artísticos;
- d. instalações e meios de acesso a costas, cursos, e massas de água e extensões terrestres;
- e. desenvolvimento industrial e agropecuário.

O Regimento do Confea dispõe em seu art. 2º que, para desempenho de seu papel institucional, compete ao Conselho Federal ações regulamentadoras, contenciosas, promotoras de condições para o exercício, a fiscalização, o aperfeiçoamento das atividades profissionais, bem como informativas sobre questão de interesse público e administrativas. Além dessas, conforme o art. 3º, cabe ao Confea homenagear profissional, instituição de ensino, entidade de classe e pessoa física ou jurídica que tenham contribuído para a valorização e a regulamentação das profissões inseridas no Sistema Confea/Crea, para o desenvolvimento tecnológico do país ou que tenham exercido função honorífica no Sistema Confea/Crea.

¹Com a Lei 12.378/10, que regulamenta a profissão de arquiteto e urbanista e cria conselhos específicos para a categoria, os arquitetos se desligaram do Sistema Confea/Crea.

7

Análise Swot da Comunicação Institucional

Para a elaboração da matriz Swot (Tabela 2), a GCO contou com a análise dos membros do Conselho de Comunicação e Marketing.

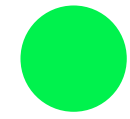
Consideraram-se para as Forças e Fraquezas o cenário interno do Conselho, o diagnóstico da comunicação interna, a relação e a percepção de servidores e as interações entre as unidades organizacionais. Já as Oportunidades e Ameaças foram identificadas no ambiente externo, considerando o cenário político-econômico nacional e o contexto atual das áreas da engenharia, da agronomia e das geociências.

Tabela 2 – Matriz Swot – Comunicação Institucional

Forças		Fraquezas	
Ambiente Interno			
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente relacionamento da GCO com todas as áreas técnicas do Confea. • Posição estratégica da GCO, com acesso à alta gestão para a obtenção de informações e tomada de decisões. • Corpo técnico das áreas de publicidade, jornalismo e eventos formado por servidores de carreira com expertise e perfil profissional compatível. • Infraestrutura física apropriada para criação de artes e demais peças gráficas/digitais, com estações de trabalho otimizadas para tal fim. • Contratos vigentes com agência de publicidade, gráfica e empresa de eventos. 		<ul style="list-style-type: none"> • Possibilidade de comunicação direta com o público externo por meio de novas ferramentas tecnológicas e canais digitais de informação, como novo portal e as redes sociais. • Fortalecimento da presença digital do Confea. • Integração com as Assessorias de Comunicação dos Creas e da Mútua. 	
Ambiente Externo			
Oportunidades		Ameaças	
<ul style="list-style-type: none"> • Perspectiva de uma Política de Comunicação Institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua. • Ampliar o relacionamento com as entidades de classe e influenciadores de temas correlatos à sua atuação. • Estabelecer diálogo com estudantes e universitários, público que domina as redes sociais. 		<ul style="list-style-type: none"> • Instabilidade quanto ao cenário político e econômico do país. • Falta de conhecimento da população a respeito da atuação do Conselho em prol da sociedade. • Repercussão negativa nas redes sociais em relação ao pagamento das anuidades e taxas de serviço. • Dificuldade na obtenção de dados que espelhem os resultados do Sistema Confea/Crea. 	



Planejamento Estratégico em Comunicação



8.1 - Identidade Estratégica da Assessoria de Comunicação Social

- **Missão:** Gerar valor aos profissionais por meio da comunicação institucional e consolidar a imagem do Conselho em toda a sociedade
- **Visão:** Ser referência de comunicação estratégica para o Sistema Confea/Crea e Mútua
- **Valores:** Ética | Interesse Público | Criatividade | Inovação | Colaboração

8.2 - Objetivos da Comunicação

O Plano de Comunicação do Confea tem como objetivo formalizar o processo de comunicação institucional, identificando e aperfeiçoando os canais, e definindo os públicos, a periodicidade da informação e a qualificação dos conteúdos. Tem como proposta básica estabelecer diretrizes, objetivos e estratégias para a prática da comunicação e divulgação do referencial estratégico, já consolidado:

- No âmbito interno, visa redirecionar o processo de comunicação e alinhar os produtos e serviços para favorecer a interação entre as pessoas, o entendimento e a construção da visão de futuro da organização;
- No âmbito externo, visa atender ao dispositivo constitucional de publicidade e transparência de atuação da administração pública, com foco em campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social e nas suas atribuições de fiscalização e regulamentação do exercício profissional definidas em lei.

8.2.1 - Objetivos Específicos da Comunicação:

1. Uniformizar a gestão da comunicação institucional

Meta: Até 31/12/2026, alinhar as ações de comunicação do Confea e dos 27 Creas às diretrizes de comunicação do Sistema Confea/Crea.

Iniciativa: Estabelecer diretrizes para a comunicação institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua.

Estabelecer referenciais para as áreas de comunicação do Sistema Confea/Crea e Mútua, o qual irá orientar suas atuações e garantir que a comunicação institucional respeite os mesmos princípios e valores, independentemente do tema ou do público que visam atingir.

Ação:

- a. Regulamentar e implantar política de comunicação institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua.

Indicador: Taxa de adesão dos Creas e da Mútua à política de comunicação do Sistema

Iniciativa: Aprimorar a gestão por resultados da comunicação institucional do Confea.

Busca-se uma melhoria no desempenho da comunicação institucional ao voltar os olhares para as metas a serem atingidas. A GCO deve atuar em parceria com as demais áreas técnicas para promover o levantamento das demandas de comunicação das diversas unidades organizacionais, definir prioridades e atuar de forma integrada e com responsabilidade compartilhada.

Ações:

- a. Capacitar lideranças do Sistema como porta-vozes;
- b. Definir e implantar, em conjunto com a Gerência de Recursos Humanos, o plano de comunicação interna;
- c. Atualizar o banco de imagens institucional;
- d. Atualizar e divulgar a página de publicações do site do Confea;
- e. Fornecer material para apoiar as ações de articulação e mobilização realizadas pelo Confea, pelos Creas e entidades que integram o Sistema Confea/Crea e Mútua;
- f. Apoiar a divulgação de notícias dos Creas e das entidades do Sistema;
- g. Regulamentar e implantar o calendário de eventos unificado;
- h. Ampliar a autoridade do Sistema Confea/Crea como uma fonte técnica na imprensa nacional;
- i. Transformar a comunicação institucional em uma plataforma de conteúdo de interesse dos profissionais registrados no Sistema;
- j. Realizar pesquisa para mapear o perfil dos profissionais e assim realizar campanhas assertivas e direcionadas para o público do Sistema;
- k. Impulsionar a presença digital do Sistema, buscando aproximação com as novas gerações de profissionais.

Indicador: Quantidade de ações executadas

2. Fortalecer a marca Confea

Meta: Até 31/12/2026, aumentar o reconhecimento pelos públicos de interesse acerca do papel do Sistema Confea/Crea na defesa da sociedade.

Iniciativa: Manter o planejamento de campanhas publicitárias do Sistema Confea/Crea.

O planejamento de campanhas pretende aproximar o Confea e a sociedade por meio de ações estratégicas de comunicação de massa, investindo em materiais de interesse público e de divulgação. O objetivo é reforçar a imagem da instituição perante a sociedade, deixando de ser apenas institucional para se tornar uma comunicação de utilidade pública, demonstrando para a população a importância da atuação do órgão na defesa da sociedade. Esse planejamento é proposto pela GCO semestralmente, aprovado pelo CCM e posteriormente pelo Plenário do Confea.

Ações:

- Gerenciar o plano de campanhas;
- Realizar pesquisa de opinião pública.

Indicadores:

- Nº de campanhas publicitárias executadas e
- Taxa de conhecimento dos públicos de interesse sobre o Sistema Confea/Crea

Iniciativa: Aprimorar a comunicação digital do Confea.

Potencializar os meios de comunicação digital já existentes no Confea e criar novas soluções que permitam a divulgação ampla da atuação institucional, além de possibilitar maior proximidade do órgão com a população em geral.

Ações:

- Ampliar a divulgação das redes do Confea interna e externamente;
- Intensificar o uso da logomarca compartilhada Confea/Crea e Mútua.

Indicador: Taxa de crescimento e de engajamento do nº de seguidores ou inscritos nos canais de comunicação digital do Confea.

Iniciativa: Aumentar o conhecimento da sociedade e dos profissionais sobre as ações desenvolvidas pela entidade.

Ação:

- Apoiar a realização dos eventos institucionais e de patrocínio

Indicador: Evolução no número de participantes dos eventos, pesquisa de satisfação e nº de contrapartidas de comunicação contratadas por meio dos projetos de patrocínio.





Resultados

Para acompanhar e mensurar as ações elencadas neste Plano, foram definidos indicadores com o objetivo de demonstrar a eficácia das ações de comunicação propostas. O levantamento de informações para essa aferição irá considerar três fatores: produção, resultados e pesquisa de opinião pública.

Produção

Indicador quantitativo para aferir o número de produtos e serviços prestados com vistas a mensurar o volume do que foi produzido pela equipe. Serão contabilizados os produtos e serviços prestados e entregues.

Resultados e Impacto

Indicadores quantitativos e qualitativos que buscam sinalizar os resultados e o impacto dos produtos e serviços prestados a seus públicos. Por meio de ferramentas de monitoramento, será possível avaliar o desempenho do Confea nas mídias e redes sociais, nas ações de patrocínio e demais produtos e serviços de comunicação.

Pesquisa de Opinião Pública

Outro indicador é a pesquisa de opinião pública com públicos de interesse do Confea. Com os insumos será possível verificar a efetividade das ações estratégicas de comunicação, extrair a percepção dos públicos de interesse em relação à atuação do Confea em defesa da sociedade e traçar as metas e as iniciativas para o próximo triênio.



10

Período de Execução

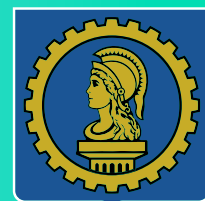
O Plano será executado no período de 2024-2026. Quando necessário, será atualizado pela Gerência de Comunicação – GCO e encaminhado para apreciação do Conselho de Comunicação e Marketing – CCM para posterior aprovação pelo Plenário do Confea.

11

Investimentos

As ações e atividades relacionadas neste Plano de Comunicação se darão mediante a execução dos contratos com a agência de publicidade, gráfica, empresa de eventos e outras devidamente licitadas e regularmente contratadas.

CONFEDA
Conselho Federal de Engenharia
e Agronomia



CREA
Conselhos Regionais de Engenharia
e Agronomia



mutua
Caixa de Assistência dos Profissionais do Crea

