



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA
CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – CCM

1ª REUNIÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – 2022

SÚMULA

DATA: 18 de março de 2022 – Brasília-DF

PRESENCAS:

Presidente do Confea	Eng. Civ. Joel Krüger
Vice-Presidente do Confea	Eng. Civ. João Carlos Pimenta
Representante CAIS	Eng. Eletric. Evânio Ramos Nicoleit
Representante Plenário	Eng. Civ. Gilson de Carvalho Queiroz Filho
Representante CP	Eng. Agrim. Vânia Abreu de Mello - CREA-MS
Representante CDEN	Eng. Civ. Francisco José Teixeira Coelho Ladaga
Representante Coordenadorias	Eng. Agr. Jorge da Silva Júnior
Representante da Mútua	Eng. Agr. Francisco Almeida
Convidado de Comunicação	Jorn. Lucas Aron Nogas
Convidado de Marketing	Jorn. Vinícius Firmino
Superintendente Estratégia e Gestão	Bel. Renato Barros
Gerente de Comunicação (substituto)	Marcos Magalhães
Assistente do CCM	Publ. Sílvia Girardi
GCO	João Anastácio
DeBrito Brasil	Danielle Coutinho
DeBrito Brasil	Geraldo DeBrito
DeBrito Brasil	Marcuce Luz

ORDEM DOS TRABALHOS

Art. 133. c/c o art. 177 da Resolução nº 1.015, de 2006, que tratam respectivamente da "ordem dos trabalhos" e "funções de assessoramento", com as devidas adaptações:

- Verificação do quórum;
- Apresentação da pauta;
- Leitura, discussão e aprovação da súmula;
- Relato, discussão e apreciação das matérias.

1 – PAUTA

Antes de iniciar os trabalhos o presidente Joel Krüger cumprimentou a todos e passou à palavra aos membros do CCM 2022 para suas apresentações:

- João Carlos Pimenta cumprimentou a nova composição do CCM e se colocou à disposição para contribuir nas pautas de comunicação e marketing.
- Conselheiro Evânio Nicoleit saudou os membros do Conselho e informou que a Cais encontra-se às ordens para analisar e tramitar as deliberações do CCM ao plenário.

- Conselheiro Gilson de Carvalho Queiroz Filho também cumprimentou os membros do CCM e colocou-se à disposição para contribuir nas discussões das pautas.
- Jorge da Silva Júnior saudou os membros do Conselho e reforçou a importância da participação das coordenadorias nos debates.
- Vânia Mello colocou-se à disposição do grupo e das discussões sobre as ações de comunicação do Sistema.
- Francisco José Teixeira Coelho Ladaga saudou a todos e disse que como representante do CDEN fará contribuições pensando em todas as modalidades/profissões.
- Lucas Nogas disse que é sua segunda participação como membro do CCM e está preparado para contribuir nos debates.
- Vinicius Firmino também comentou que está em seu segundo ano como membro do Conselho e colocou-se à disposição dos debates e dos trabalhos.
- Francisco Almeida disse que a Mútua está à disposição para, em conjunto com o Sistema Confea/Crea, divulgar e apoiar as ações de valorização profissional.

Ainda nos informes, o Presidente Joel comentou que muitas das aprovações de peças de campanhas e de redes sociais acontecem pelo grupo WhatsApp pelo dinamismo e agilidade que as ações demandam. Destacou o plano de comunicação do Confea 2021-2023, que guia as ações e encaminhamentos de comunicação e direcionam as pautas do CCM.

1.1 - Aprovação da assistente do CCM

O CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – CCM, em sua 1ª Reunião Ordinária, realizada em Brasília-DF, no dia 18 de março de 2022, após análise do assunto em epígrafe apresentado pela Gerência de Comunicação – GCO; Considerando que o Conselho de Comunicação e Marketing – CCM manifesta-se sobre assuntos de sua competência mediante ato administrativo da espécie deliberação e decide sobre programas, projetos e ações submetidas à sua apreciação, de acordo com o plano de comunicação do Confea; Considerando que a GCO é a unidade organizacional responsável pelo desenvolvimento, gerenciamento e execução das políticas de comunicação institucional decorrentes do planejamento estratégico do Confea, bem como coordenar a execução de eventos no âmbito do Confea; Considerando que as reuniões ordinárias do Conselho de Comunicação e Marketing serão realizadas bimestralmente, de acordo com o calendário anual de reuniões do Confea; Considerando que nos termos do art. 6º da Decisão Normativa nº 81/2007 o "Conselho de Comunicação e Marketing, para execução de suas atividades, dispõe de suporte técnico e administrativo, a serem prestados pelas gerências pertinentes ao tema". DELIBEROU: 1) Aprovar a indicação da empregada Silvia Maria Nunes Girardi, para prestar apoio técnico e administrativo ao CCM, conforme o calendário de reuniões do Conselho em 2022. Brasília-DF, 18 de março de 2022.

1.2 - Definição do calendário de reuniões 2021

O CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – CCM, em sua 1ª Reunião Ordinária, realizada em Brasília-DF, no dia 18 de março de 2022, após análise do assunto em epígrafe apresentado pela Gerência de Comunicação – GCO; Considerando que nos termos da Resolução nº 1.015 de 30 de junho de 2006 que aprova o regimento do Confea, compete ao Conselho de Comunicação e Marketing (CCM) "decidir sobre as ações submetidas à sua apreciação, de acordo com o Plano de Comunicação" (item IV, art. 71); Considerando que o Conselho de Comunicação e Marketing – CCM manifesta-se sobre assuntos de sua competência mediante ato administrativo da espécie deliberação; Considerando a Decisão PL-2023/2020, que aprova o Plano de Comunicação do Confea (2021-2023); Considerando que a GCO é a unidade organizacional responsável pelo desenvolvimento, gerenciamento e execução das políticas de comunicação institucional decorrentes do planejamento estratégico do Confea, bem como coordenar a execução de eventos no âmbito do Confea, e Considerando que as reuniões ordinárias do Conselho de Comunicação e Marketing serão realizadas bimestralmente, de acordo com o calendário anual de reuniões do Confea, DELIBEROU: 1. Aprovar o seguinte calendário de reuniões ordinárias do Conselho de Comunicação e Marketing – CCM, para o exercício 2022:

Reuniões	Data	Local
1ª Reunião Ordinária	18 de março de 2022 (9h-13h)	Brasília-DF
2ª Reunião Ordinária	18 de maio de 2022(14h-18h)	Brasília-DF
3ª Reunião Ordinária	18 de julho de 2022 (14h-18h)	Brasília-DF
4ª Reunião Ordinária	14 de setembro de 2022 (14h-18h)	Brasília-DF
5ª Reunião Ordinária	26 de novembro de 2022 (14h-18h)	Brasília-DF

2. Encaminhar à Comissão de Articulação Institucional do Sistema – CAIS e ao Conselho Diretor - CD, para conhecimento e que seja dado também, conhecimento ao Plenário do Confea. Brasília-DF, 18 de março de 2022.

Ficou decidido que os representantes suplentes, indicados formalmente, poderão representar os membros titulares em suas ausências.

1.3 – Apresentação: planejamento de campanhas para o 1º sem/2022, relatório de mídias sociais e aprovação das peças de campanha “Fiscalização”

Marcuce Luz, representante da DeBrito Brasil, apresentou aos membros do CCM 2022 o planejamento de campanhas aprovado para o 1º sem/2022. Silvia Girardi informou que o planejamento de campanhas é aprovado semestralmente, conforme o plano de comunicação 2021-2023. A composição do CCM 2022, aprovará os planejamentos do 2º sem/2022 e 1ºsem/2023.

Em seguida, Marcuce Luz apresentou o relatório de mídias para redes sociais.



Aprendizados

1

Os temas com melhor desempenho nas redes sociais, inclusive orgânico, foram os relacionados ao espaço e crescimento feminino dentro do Sistema Confea/Crea. **Separar as postagens por áreas de atuação aumenta o interesse do público.**

2

Temas relevantes para novos profissionais também recebem destaque: funções do Sistema Confea/Crea, apoio ao Crea-Jr. e compartilhamentos de valor para jovens profissionais demonstraram bons resultados.

3

O apoio irrestrito às regionais e o compartilhamento contínuo foram importantes para o crescimento exponencial em 2021.

9

DEBRITO.

Após apresentações, houve as seguintes manifestações:

- Conselheiro Gilson de Carvalho Queiroz Filho, sobre as ações de comunicação aprovadas para o 1º sem/2022, solicitou que seja encaminhado o detalhamento de mídia das principais campanhas aprovadas
- Conselheiro Evânio Nicoleit mencionou o trabalho do grupo no Whatsapp para as contribuições e melhoria das peças.
- Francisco José Teixeira Coelho Ladaga sugeriu que nas próximas apresentações a taxa de crescimento seja representada também em percentual.
- Danielle Coutinho, representante da DeBrito, informou que, entre todas as campanhas publicadas em 2021, a que teve maior performance, engajamento e repercussão nas redes sociais foi a campanha Mulher.
- Lucas Nogas questionou sobre as publicações no Twitter do Confea, já que essa rede do Crea-PR não tem tido bons resultados. Marcuce Luz comentou que o Confea conta com o apoio de uma empresa terceirizada apenas para gestão das redes sociais, além de posicionamentos do órgão em alguns assuntos mais relevantes, o que aprimorou os resultados nas redes. Lucas solicitou ainda que seja encaminhado o detalhamento dos impulsionamentos nas redes.
- Presidente Vânia Mello perguntou como funciona na prática a separação das postagens por áreas de atuação. Danielle Coutinho informou que uma das demandas do Confea é que nas peças sejam contempladas as áreas da Engenharia, da Agronomia e das Geociências e as suas modalidades. Citou o caso da campanha Mulher, em que houve a produção de 3 versões do outdoor, ampliando o leque das profissões representadas. Comentou ainda que esse tipo de ação aumenta o engajamento nas redes.

Por fim, Marcuce Luz apresentou a proposta de roteiro do vídeo da campanha Fiscalização. Foram apresentadas duas linhas de filme: 1) Big Brother Brasil - BBB 2) Filme Queimado

Houve as seguintes manifestações:

- Francisco José Teixeira Coelho Ladaga comentou que nas duas propostas o texto deve ser ajustado para que se fortaleça a ação de Fiscalização do Sistema. Disse que as propostas fazem referência a pintores, marceneiros, pedreiros, sem destacar a figura do profissional, o que torna os dois roteiros falhos quando se trata de fiscalização.
- Vinicius Firmino mencionou que os pintores/marceneiros/pedreiros até podem estar inseridos no filme, mas com a orientação do Engenheiro. Destacou que é uma grande

oportunidade de visibilidade para o Sistema entrar na pauta que a sociedade brasileira está discutindo, como é o caso do BBB. Disse que entende a preocupação dos membros do Conselho, mas oxigenar a comunicação do Sistema, levando assuntos que estejam na "boca do povo", pode chamar a atenção de um público que não é o principal do Sistema, aumentando e expandindo o alcance da comunicação. Marcuce Luz reforçou que ao longo desses anos as campanhas seguiram propostas mais seguras, mas que ao trazer esse novo conceito, a ideia é de fato chamar a atenção, sair do padrão, e não ser mais um anúncio no meio de tantos.

- Presidente Vânia Mello disse ser favorável à oxigenação do Sistema, trazendo pautas mais jovens e populares e que se aproximam da sociedade. Comentou que nas duas propostas pode ser inserida a figura do profissional do Sistema como cena inicial e, a partir daí, a realidade da obra pode ser retratada. Mencionou que essa campanha tem como público-alvo a sociedade e, com isso, a possibilidade de se transmitir a importância de se contratar um profissional registrado.

- Conselheiro Gilson de Carvalho Queiroz Filho informou que o Sistema fiscaliza muito mais que obras e reformas prediais de pequeno porte como aparecem nas duas propostas. Disse que no momento atual há muitas questões como: desastres ambientais, transição energética, produção de alimentos, segurança de barragens, drenagens... que poderiam dar maior destaque à função do Sistema Confea/Crea. Disse ainda que, apesar de o BBB ter um apelo social grande, não se sente confortável em vincular a imagem do Sistema ao programa.

- João Carlos Pimenta disse que o ator mais importante do roteiro deve ser o profissional, e que esse não está no dia a dia fiscalizando pinturas, por exemplo. Questionou sobre a possibilidade de haver um outro vídeo voltado à Agronomia. Marcuce Luz comentou que por conta da verba reduzida será produzido um filme único, mas que na locução e nas imagens a Agronomia será contemplada.

- Jorge da Silva Júnior sugeriu que a conversa do profissional com os outros atores poderia sair desse micro ambiente de obra/reforma para um macro/uma grande obra e aí mostrar o peso que as pequenas engrenagens têm em todo um sistema. Além disso, disse compreender que em 30 segundos fica difícil de representar todas as modalidades, mas que não conseguiu visualizar a representação da Agronomia no filme.

- Conselheiro Evânio Nicoleit externou preocupação com a vinculação do Sistema ao BBB e sugeriu a produção de uma nova proposta que reflita a ideia de valorização da profissão e da fiscalização, e a Agronomia poderia ser representada por meio do paisagismo.

Foi colocado em votação o conceito das propostas 1, 2 ou a criação de uma terceira proposta. A proposta 1 (BBB) foi aprovada. A DeBrito fará os ajustes no roteiro e a aprovação acontecerá por meio do grupo WhatsApp.

2 – EXTRAPAUTA

O presidente Joel Krüger mencionou que o Confea, em todas as ações de comunicação, sejam campanhas nacionais, notícias ou postagens em redes sociais, adota como padrão de assinatura a logomarca compartilhada Confea/Crea e Mútua. Além disso, sugeriu que a logomarca dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas passe a compor essa assinatura compartilhada. Sugeriu ainda que nos eventos grandes, como no caso da Soea, seja crescida à assinatura o símbolo da Federação Mundial das Organizações de Engenharia (Fmoi/WFEO). Houve as seguintes manifestações:

- Flávio Bolzan, assessor da presidência, comentou que o Confea, como membro da FMOI, pode utilizar o logotipo da Federação em grandes eventos, e que irá trabalhar junto ao órgão para disponibilizar o arquivo ao Confea o quanto antes. Flávio mencionou ainda que uma das vantagens da inclusão da logo FMOI na barra de assinaturas dos nossos grandes eventos é a divulgação no site da Federação, ampliando a visibilidade e o alcance da marca do Sistema.

- Presidente Vânia Mello disse ter ficado em dúvida sobre a aplicação do logotipo dos ODS. Destacou que o modelo apresentado: Confea/Crea/Mútua/ODS gera dúvidas e que ODS poderia aparecer em separado.

- Lucas Nogas, jornalista do Crea-PR, disse se preocupar com a quantidade de logos na barra de assinaturas das peças. O presidente Joel informou que a logo da FMOI será utilizada pelo CONfea nas peças de grandes eventos, como a SOEA, e não no dia a dia.

- Francisco Ladaga, representante do CDEN, comentou ser interessante inserir a palavra "membro" ao utilizar a logo FMOI. Flávio Bolzan ficou responsável em verificar a possibilidade dessa sugestão. Ladaga sugeriu ainda a aplicação das logomarcas das entidades que façam parte do CDEN nas postagens, em redes sociais, das datas comemorativas das profissões do Sistema Confea/Crea e Mútua. O presidente Joel solicitou que seja encaminhada ao CCM uma proposta do CDEN com indicação de quais entidades deverão ser contempladas e em quais datas.

Após análise, ficou decidido que assinatura compartilhada Confea/Crea-XX/Mútua será utilizada como padrão em peças gráficas, posts em redes sociais, anúncios, campanhas e outros. O selo ODS geral deve constar nas peças de divulgação e, sempre que possível, que seja utilizado o selo específico do ODS.

O CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – CCM, em sua 1ª Reunião Ordinária, realizada em Brasília-DF, no dia 18 de março de 2022, após análise do assunto em epígrafe apresentado pela Gerência de Comunicação – GCO; Considerando que o Conselho de Comunicação e Marketing – CCM manifesta-se sobre assuntos de sua competência mediante ato administrativo da espécie deliberação e decide sobre programas, projetos e ações submetidas à sua apreciação, de acordo com o plano de comunicação do Confea; Considerando que a GCO é a unidade organizacional responsável pelo desenvolvimento, gerenciamento e execução das políticas de comunicação institucional decorrentes do planejamento estratégico do Confea, bem como coordenar a execução de eventos no âmbito do Confea; Considerando o plano de comunicação do Confea (2021-2023) (SEI 0570143) aprovado pela Decisão Plenária Nº PL-2023/2020, no qual estabelece entre seus objetivos específicos de comunicação: 1. Uniformizar a gestão da comunicação institucional. Meta: Alinhar as ações de comunicações do Confea e dos 27 Creas às diretrizes de comunicação do Sistema Confea/Crea, até 31/12/2023. Iniciativa: Estabelecer diretrizes para a comunicação institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua. Considerando o Manual de Identidade Visual do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - Confea que tem como objetivo estabelecer 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 (SEI 0570142). Considerando que esse mesmo manual prevê a assinatura compartilhada Confea/Crea e Mútua e diversos exemplos de aplicações institucionais; Considerando que o Confea em suas campanhas, redes sociais, peças gráficas e outros, utiliza a assinatura compartilhada como forma de fortalecer a marca e dar unicidade ao discurso do Sistema Confea/Crea e Mútua. Considerando que a Engenharia, a Agronomia e as Geociências têm papel essencial para a consecução dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil (ODS). DELIBEROU: 1) Recomendar que os Creas adotem a assinatura compartilhada Confea/Crea-XX/Mútua como padrão em peças gráficas, posts em redes sociais, anúncios, campanhas e outros. O selo ODS geral deve constar nas peças de divulgação e, sempre que possível, que seja utilizado o selo específico do ODS. 2) Encaminhar à Gerência de Comunicação para providências relativas à disponibilização dos arquivos aos Creas, em formato aberto e fechado, e divulgação.

3 – ENCERRAMENTO

Por fim, Eng. Civ. João Carlos Pimenta agradeceu a presença de todos e nada mais havendo a tratar, às 13h15, deu por encerrada a 1ª reunião ordinária do CCM 2022.