



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CONFEA – 2018/2020**

**APRESENTAÇÃO**

A comunicação deixou de ser vista apenas como ferramenta de gestão e passou a ser considerada área estratégica nas organizações. Trata-se, fundamentalmente, de ser estratégico. É redirecionar o processo de comunicação para “oportunizar uma mudança, um novo comportamento e não simplesmente informar o que acontece na organização”. (Marchiori,2008)

Não é apenas, de modo não coordenado, fazer tudo junto: jornalismo, relações públicas, publicidade, comunicação interna, comunicação visual, comunicação digital. É, “agregar pessoas em torno de um propósito” (Rebouças, 2009) para de fato apoiar a gestão estratégica por meio da comunicação.

Nesse contexto, o Plano de Comunicação do Confea estabelece diretrizes para a comunicação institucional (externa e Interna), em consonância com a missão, visão e valores, definidos na Agenda Estratégica (2011 – 2022), em conformidade com o Programa de Gestão (2018 – 2020) e com a Política de Comunicação.

A excelência da gestão pública passa também pela excelência comunicacional. O Plano traz os objetivos que se pretende atingir com a comunicação institucional, levando-se em conta seus diversos públicos (stakeholders) e as estratégias de atuação para alcançar esses objetivos.

A implantação desse Plano de Comunicação exige que unidades e empregados estejam alinhados e comprometidos com o referencial estratégico organizacional. Assim, para assegurar esse alinhamento, é preciso dispor também de um processo de comunicação interna - *endomarketing*.

Na perspectiva de Chiavenato (2005), a “comunicação é o processo de transmissão de uma informação de uma pessoa para outra, sendo então compartilhada por ambas”. Para que a informação seja compreendida dentro das organizações, é decisiva a existência de um serviço de comunicação interna.

A comunicação interna torna-se um instrumento primordial para a transmissão de informações entre os colaboradores internos de uma empresa, como também como elemento norteador para a melhoria do relacionamento interno entre as pessoas, na medida em que a criação de um fluxo de comunicação contínua no ambiente institucional tende a tornar o clima local mais harmonioso.

Em pesquisa de clima organizacional promovida pela Setor de Desenvolvimento de Pessoal (Sedep) em 2017, os colaboradores do Confea apontaram a necessidade de serem mais bem informados sobre os objetivos organizacionais e, entre outros pontos, destacaram a lentidão e a falta de clareza quanto às informações transmitidas aos funcionários.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

No panorama externo, cresce a demanda da população por informações e acesso a seus direitos. Muitos temas são fundamentais para o alinhamento da Comunicação com os grandes assuntos da atualidade. Além daqueles relacionados aos pontos estratégicos da Comunicação do Sistema, deve-se ter em mente que a Comunicação é uma atividade continuada e deve estar alinhada às realidades regionais e no âmbito de sua identidade nacional.

Cabe destacar a questão das redes sociais e das mídias digitais que assumiram um papel importante na comunicação. Em um mundo *online* não há como pensar a comunicação sem levar em consideração essas ferramentas, tais como facebook, twitter, instagram, whatsapp e youtube.

Para transformar as ações de comunicação (externa e interna) em resultados torna-se necessário o investimento em ferramentas que auxiliem no entendimento dessa mudança institucional. Deve-se criar ações para fortalecer a imagem institucional comprometidas com as metas, objetivos, diretrizes, responsabilidades e serviços do Confea. É estabelecer com os diversos públicos o canal permanente de diálogo, pelo qual, a informação possa fluir nos dois sentidos, ora como receptor, ora como emissor.

Todas essas informações foram utilizadas na elaboração e formatação da presente peça de gestão estratégica da área de comunicação, a ser executada pela Gerência de Comunicação (GCO), no período 2018-2020, visando propiciar a realização de atividades alinhadas e integradas aos atos normativos acima citados, sob a orientação do Conselho de Comunicação e Marketing - CCM, e com a contribuição e parceria de outros agentes do Sistema Confea/Crea e Mútua.

## **2. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO**

O Plano de Comunicação do Confea tem como objetivo formalizar o processo de comunicação institucional, identificando e aperfeiçoando os canais, 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:

- a) No âmbito interno, visa redirecionar o processo de comunicação para favorecer a interação entre as pessoas, o entendimento e a construção da visão de futuro da organização.
- b) 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.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

**2.1 Objetivos específicos**

- a. Garantir visibilidade à atuação do Sistema, de modo a assegurar ao profissional e às empresas registradas, aos estudantes enquanto futuros profissionais e à sociedade, o direito à informação de qualidade; (Política Com.)
- b. Desenvolver relacionamentos com seus públicos prioritários; (Política Com.)
- c. Promover a imagem institucional do Sistema Confea/Crea e Mútua; (Política Com.)
- d. Informar e divulgar as atribuições legais do Sistema Confea/Crea e Mútua
- e. Divulgação publicitária e institucional da nova ART e Acervo Técnico; (Agenda Estrat.)
- f. Divulgar as Cartas de Serviços; (Agenda Estrat.)
- g. Divulgar os princípios éticos por meio da capacitação dos membros das Comissões de Éticas para posterior divulgação aos discentes das instituições de ensino de cursos das profissões do Sistema Confea/Crea; (Agenda Estrat.)
- h. Executar a campanha nacional sobre Ética Profissional; (Agenda Estrat.)
- i. Divulgar as Tecnologias de Energia Renováveis; (PNS 34 – 9º CNP)
- j. Promover campanha de valorização das profissões regulamentadas abrangidas pelo Sistema Confea/Crea, visando à defesa da sociedade e, complementarmente, o fortalecimento dessas profissões, por meio de ações publicitárias, seminários e palestras em âmbito nacional, elaboração de cartilhas e de sugestões ao legislativo;
- k. Realizar ações de endomarketing para melhorar a comunicação interna; (PAT 2018)
- l. Lançar novo portal institucional, de modo que ele fique o mais inteligível possível para os diversos públicos do Sistema Confea/Crea, obedecendo a todos os princípios de transparência e acompanhando as tendências tecnológicas digitais. (PDTI/Política Com.)
- m. Laborar o papel social do Sistema Confea/Crea também como elemento reflexivo para colaborar com o “pensar” em políticas públicas estratégicas para o País, a exemplo da segurança alimentar e nutricional, da habitação, da mobilidade, da infraestrutura, dos recursos hídricos.

**3. PÚBLICO PRIORITÁRIO**

A estruturação das ações de comunicação é orientada de modo a contemplar os stakeholders do Sistema Confea/Crea e Mútua:

Interno:

- a. Conselheiros;
- b. Empregados, Estagiários e Colaboradores.

Externo:

- a. Profissionais;
- b. Creas;



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

- c. Mútua;
- d. Colégio de Entidades Nacionais – Cden;
- e. Coordenadorias de Câmaras Especializadas dos Creas;
- f. Coordenação das Comissões de Ética;
- g. Entidades Precursoras;
- h. Estudantes - Instituições de Ensino, de nível médio e superior, formandos, Crea Jovem, Crea Júnior e Jovens Engenheiros;
- i. Veículos de Comunicação; e
- j. Sociedade organizada como um todo.

#### 4. DIRECIONADORES ESTRATÉGICOS

Esse Plano de Comunicação é fundamentado na política de comunicação e elaborado considerando também outros documentos institucionais basilares como a Agenda Estratégica, o Programa de Gestão e o Plano Anual de Trabalho.

##### 4.1 Política de Comunicação

É o documento que reúne princípios, orientações e recomendações para a atuação de profissionais da comunicação, de acordo com a missão, visão e valores do Sistema Confea/Crea e Mútua. Sua finalidade é estabelecer as principais diretrizes para o relacionamento com os públicos de interesse e para o alcance dos objetivos e resultados das ações de comunicação, de forma coordenada, regulamentada e integrada.

Essa Política ressalta que muitos temas são fundamentais para o alinhamento da Comunicação com os grandes assuntos da atualidade. E, destaca, entre tantos temas afetos ao Sistema Confea/Crea e Mútua os seguintes exemplos:

- ✓ Planejamento e intervenções de integração considerando a sustentabilidade ambiental; Interiorização do desenvolvimento;
- ✓ Projetos de infraestrutura que compatibilizem a ocupação territorial com os meios de produção; utilização de novas tecnologias, prioritariamente nacionais, para produção das infraestruturas necessárias ao desenvolvimento e ao crescimento;
- ✓ Conservação e uso racional dos recursos naturais, com a interligação de bacias hidrográficas e racionalização do uso da água, do solo, da energia e dos modais de transportes;
- ✓ Garantia da capacidade de gestão do patrimônio ambiental, da independência científica, técnica e tecnológica, tanto na administração pública como no setor produtivo, para assegurar a soberania nacional.

Cita, ainda, alguns temas que poderão estar inseridos nas propostas táticas (questões conjunturais):

- a. Energia
- b. Petróleo e Pré-Sal



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

- c. Transportes;
- d. Espaço Urbano;
- e. Habitação;
- f. Mobilidade urbana;
- g. Saneamento;
- h. Espaço rural;
- i. Meio Ambiente;
- j. Mudanças Climáticas e Recursos Hídricos superficiais e subterrâneos;
- k. Infraestrutura Continental;
- l. Segurança Alimentar e Nutricional;
- m. Mineração e Sustentabilidade; e
- n. Gestão de Riscos Ambientais.

#### **4.2 Agenda Estratégica (2011-2022)**

A Agenda Estratégica do Sistema Confea/Crea agrupa e sintetiza o conjunto de ações propostas para o desenvolvimento das organizações do Sistema Profissional e para a integração no âmbito maior em que se situa, que é o da sociedade brasileira.

Como entidade que tem função fiscalizadora, possui princípios que norteiam suas atividades com um conjunto próprio de características relacionadas à Missão, Visão e Valores.

- ✓ Missão: Atuar eficiente e eficazmente como a instância superior da verificação, da fiscalização e do aperfeiçoamento do exercício e das atividades profissionais, orientando seus esforços de agente público para a defesa da cidadania e a promoção do desenvolvimento sustentável;
- ✓ Visão: Ser reconhecido como um Sistema eficaz e comprometido com a excelência do exercício e das atividades profissionais, em prol da sustentabilidade socioeconômica e ambiental.
- ✓ Valores: a integridade, a ética, a excelência e a transparência.

Dentre os objetivos estratégicos previstos na agenda estratégica 2011-2022 relativos à organização, constam os de melhorar a qualidade da gestão, de integrar os sistemas de informação das organizações que constituem o sistema e de aprimorar os processos de trabalho de registro e acervo, fiscalização e atendimento no Sistema. Dentre as medidas que se desdobram desses objetivos, estão as de Implantar Modelo de Excelência em Gestão nas organizações do Sistema Profissional, de identificar mecanismos de comunicação com os cidadãos e a realização da divulgação publicitária e institucional da nova ART e Acervo Técnico.



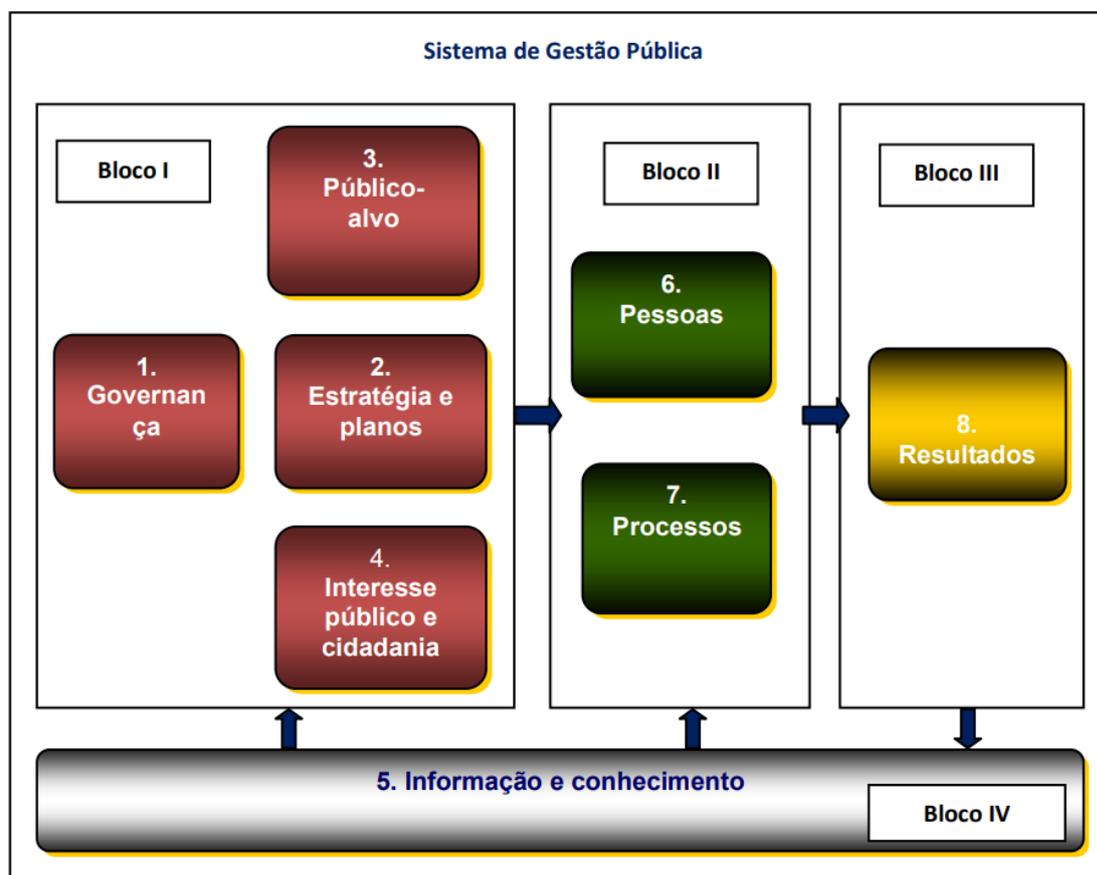
## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

O Modelo de Excelência em Gestão previsto para implantação na agenda estratégica tem como referência o Programa Nacional de Gestão Pública e Desburocratização – GESPÚBLICA e traz em seu conteúdo o entendimento de que uma gestão pública de excelência deve contemplar processos formais de formulação e implementação da estratégia, fundamentados no exercício de pensar o futuro e integrados ao processo decisório. A estratégia deve atender aos objetivos e dispor de metas e planos articulados, para as unidades internas. Deve ser formulada a partir da prospecção dos resultados institucionais que se espera alcançar, considerados os recursos internos e externos; assim como os fatores intervenientes, especialmente aqueles que possam representar riscos ou oportunidades ao desempenho organizacional.

O desdobramento da estratégia em planos específicos que atendam às outras dimensões do sistema de gestão públicas, tais como o plano de comunicação figura entre seus requisitos de relevância para a excelência do processo de definição e implementação da estratégia.

Tendo como base uma visão sistêmica do Modelo de Excelência, no Programa GESPÚBLICA a gestão pública é representada graficamente como um sistema constituído por oito dimensões integradas e interativas, conforme a imagem a seguir, extraída de seu manual de excelência:





## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

Como se observa, a dimensão nº 5, relativa à informação e ao conhecimento, fomenta todas as demais dimensões, e representa a capacidade de gestão das informações e do conhecimento, especialmente a implementação de processos gerenciais que contribuam diretamente para a seleção, coleta, armazenamento, utilização, atualização e disponibilização sistemática de informações atualizadas, precisas e seguras aos usuários internos e externos. As informações podem ser relativas ao desempenho global institucional, aos seus processos internos, especialmente aos finalísticos; aos públicos alvos; aos empregados/servidores e ao ambiente externo, especialmente aos referenciais comparativos. O importante é que as informações estejam relacionadas a todas as partes interessadas no desempenho institucional, bem como abordem os aspectos relevantes da área de atuação do órgão/entidade, intrínsecos ou relativos à estratégia. Além disso, a gestão pública de excelência deve contemplar a implementação de processos gerenciais que objetivem a identificação, o desenvolvimento, a geração, a proteção e o compartilhamento do conhecimento.

Dessa forma, o Plano de Comunicação também se faz necessário ao atendimento das medidas previstas e se alinha aos Macro Objetivos previstos na Agenda Estratégica 2011-2022.

#### 4.3 Programa de Gestão (2018-2020)

Apresentado pelo atual presidente, Eng. Civ. Joel Krüger, o Programa de Gestão (2018-2020), entre outras questões, traz como diretrizes para esse período:

- ✓ Defender a soberania, o capital tecnológico e as empresas nacionais, posicionando publicamente o entendimento do Confea em relação a temas nacionais e internacionais que envolvam as engenharias, a agronomia, as geociências, e as profissões tecnológicas e técnicas;
- ✓ Atuar com efetividade junto aos Poderes Legislativo e Executivo Federal no debate de políticas públicas e de temas estruturantes que envolvam interesses profissionais, sociais, humanos e econômicos relacionados ao Sistema Confea/Crea e Mútua.

#### 4.4 Plano Anual de Trabalho - PAT

O Plano Anual de Trabalho – PAT é o instrumento de planejamento que orienta a atuação do Confea durante um exercício. A Resolução nº 1.015, de 30 de junho de 2006, determina em caráter imperioso ao Confea elaborar, anualmente, o PAT (art. 3º, inciso XIII).

O PAT 2018 é composto pelos seguintes projetos:

- a) Sistema Eletrônico de Informações - SEI;
- b) Crea Nacional;
- c) Implantação da Gestão Estratégica.



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

Nesse contexto, um dos objetivos do Plano de Comunicação é dar publicidade ao Plano Anual de Trabalho (PAT 2018) aprovado pelo Conselho Diretor.

#### 4.5 Fundamentos de Governança

De acordo com o que estabelece o Tribunal de Contas da União - TCU, Governança no setor público compreende essencialmente os mecanismos de liderança, estratégia e controle postos em prática para avaliar, direcionar e monitorar a atuação da gestão, com vistas à condução de políticas públicas e à prestação de serviços de interesse da sociedade. Assim a boa governança no setor público pressupõe a observância de um conjunto de diretrizes<sup>[1]</sup>, entre as quais:

- a) Definir claramente as funções das organizações:
  - Ter clareza acerca do propósito da organização, bem como dos resultados esperados para cidadãos e usuários dos serviços.
  - Focar o propósito da organização em resultados para cidadãos e usuários dos serviços.
  - Certificar-se de que os contribuintes recebem algo de valor em troca dos aportes financeiros providos.
  - Certificar-se de que os usuários recebem um serviço de alta qualidade.
  
- b) Definir claramente as competências e as responsabilidades dos membros das instâncias superiores de governança:
  - Equilibrar, na composição do corpo diretivo, continuidade e renovação.
  - Certificar-se de que os membros das instâncias superiores de governança tenham as habilidades, o conhecimento e a experiência necessários para um bom desempenho.
  - Avaliar o seu desempenho, como indivíduos e como grupo, dos membros das instâncias superiores de governança;
  - Garantir que a alta administração se comporte de maneira exemplar, promovendo, sustentando e garantindo a efetividade da governança.
  - Colocar em prática os valores organizacionais.
  - Desenvolver as competências dos membros das instâncias superiores de governança.
  
- c) Ter, e usar, estruturas de aconselhamento, apoio e informação de boa qualidade:
  - Tomar decisões embasadas em informações de qualidade.
  - Ser rigoroso e transparente sobre a forma como as decisões são tomadas.
  - Ser claro sobre as relações entre os membros da alta administração e a sociedade.
  
- d) Certificar-se de que um sistema eficaz de gestão de risco esteja em operação.

---

<sup>[1]</sup> Fonte: Site do TCU



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- e) Garantir a accountability.
- Compreender as relações formais e informais de prestação de contas.
  - Envolver efetivamente as partes interessadas.
  - Prestar contas às partes interessadas.
  - Tomar ações ativas e planejadas para dialogar com e prestar contas à sociedade, bem como engajar, efetivamente, organizações parceiras e partes interessadas; tomar ações ativas e planejadas de responsabilização dos agentes.

A partir do exposto, observa-se que esse Plano integra a estrutura de governança vigente no Confea, na medida em que foi feito em alinhamento com as finalidades do Conselho de Comunicação e Marketing – CCM, o qual é instância interna de apoio à governança no Confea e, como se verifica na Resolução nº 1015, de 2006, tem entre suas competências, a de “apreciar e deliberar sobre o Plano de Comunicação institucional do Confea” (art. 71, I).

#### **5. DIRETRIZES PARA O CONTEÚDO**

Os conteúdos das campanhas publicitárias do Confea devem ter finalidade pública, visto que as suas atribuições de fiscalização e regulamentação do exercício profissional estão definidas na Constituição Federal, na Lei nº 5.194, de 1966, e no Regimento Interno (Resolução nº 1.015, de 2006), conforme se demonstra 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”.

Já a Lei nº 5.194, de 1966, estabelece as atribuições do Confea, como instância superior da fiscalização do exercício profissional da engenharia, da arquitetura e da agronomia.

*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.*



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

O Regimento (aprovado pela Resolução nº 1.015, de 2006) dispõe em seu art. 2º sobre o papel institucional do Confea: “ações regulamentadoras; contenciosas; promotoras de condições para o exercício, a fiscalização, o aperfeiçoamento das atividades profissionais, informativas sobre questão de interesse público e administrativas”

Também consta como competência do Confea, nesse mesmo Regimento em seu art. 3º, o papel de “homenagear profissional, instituição de ensino, entidade de classe, pessoa física ou jurídica que tenha contribuído para a valorização e a regulamentação das profissões inseridas no Sistema Confea/Crea, para o desenvolvimento tecnológico do País ou que tenha exercido função honorífica no Sistema Confea/Crea;”

#### 6. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

Para tornar a comunicação mais eficiente o Confea utiliza diferentes mídias (online e offline) para divulgar informações e estabelecer mecanismo de diálogo junto aos públicos interno e externo. Em cada um desses meios é fundamental que as mensagens se adequem à linguagem da plataforma sem perder os padrões de linguagem próprios da instituição.

O uso coordenado de mídias tradicionais e de novas tecnologias potencializa a troca de informação rápida, eficaz e atualizável, em curto intervalo de tempo e baixa aplicação de recursos.

Considerando os pontos citados e atendendo aos objetivos desse plano, algumas estratégias foram traçadas priorizando cada público. São elas:

##### **Público em geral:**

- **Internet (site institucional):** mídia acessível e de baixo custo. Deve incorporar a campanha publicitária e os conteúdos jornalísticos. O projeto para licitação do novo Portal do Confea está em fase de elaboração e sua contratação e implementação devem acontecer em 2019.
- **Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e WhatsApp):** presença *full time* nas mídias digitais, respeitando as características de cada rede no que diz respeito a conteúdo e forma de interação. A meta é aproximar o Confea do seu público, ampliando os seguidores e segmentando as mensagens de forma assertiva, atendendo a todas demandas de direcionamento de comunicação defendidas por este plano;
- **Rádio Confea/Crea:** presença constante na mídia, em veículos de rádio de grande alcance e penetração nacionais, com o objetivo de tratar de assuntos de utilidade pública relacionados ao Confea. Em formato de 60”, em horários determinados e de grande audiência, um casal simpático e descontraído dá dicas aos ouvintes em assuntos relacionados ao dia-dia e que diz respeito a Engenharia, Agronomia, Geologia, Meteorologia, Geografia, etc.
- **Projeto Engenheiros Notáveis do Brasil:** uma série de filmes de 30”, veiculados em canais de TV fechada e na internet, conta a história de grandes engenheiros brasileiros, muitos deles



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

totalmente desconhecidos pelo público em geral. Esse projeto tem o objetivo de mostrar a importância da profissão e posicionar o Confea e a Engenharia em um espaço vazio e inexplorado da construção da história brasileira. Além disso, o objetivo também é fazer com que essas histórias sirvam de inspiração para futuros engenheiros;

- **A Importância da Engenharia e da Agronomia/ART:** campanhas nacionais, divulgadas através de um mix de meios de comunicação, a fim de defender a importância da contratação de profissionais de engenharia e agronomia devidamente registrados e com a ART. O Confea/Crea, como representantes da profissão, tem o dever de alertar sobre os perigos relacionados a falta de contratação de profissionais de engenharia em diversas situações do cotidiano das pessoas;
- **Benefícios Confea/Crea:** campanha nacional voltada exclusivamente para todos os profissionais registrados. A ideia é aproximar o Confea dos profissionais, mostrando o lado bom e as contrapartidas que o profissional possui ao pagar as taxas do conselho, muitas delas desconhecidas e não utilizadas pelos registrados;
- **Divulgação da SOEA (Agosto/18):** campanha em Maceió, as vésperas do evento, com o objetivo de divulgar para a região sobre o acontecimento do maior evento de Engenharia e da Agronomia do Brasil e que tem como objetivo discutir os rumos da profissão para os próximos anos.
- **Prêmio Confea de Jornalismo:** para incentivar a produção de reportagens que abordem a importância das profissões vinculadas ao Sistema Confea/Crea e Mútua.
- **Realização de Eventos**
- **Elaboração de matérias jornalísticas:** com viés reflexivo, considerando o papel do Conselho Profissional em ter atenção no interesse público, em pensar políticas públicas estratégicas para o País

#### **Público interno:**

- Nova Intranet,
- Material informativo: folders, cartazes, EmDia, cartilhas
- Eventos: Datas específicas, como: Dia das Mães, Outubro Rosa, Novembro Azul etc.
- Campanhas: Uso das Telas dos computadores, televisões, adesivagem
- Rede social corporativa

#### **6.1 - Ações de publicidade**

- Campanhas publicitárias
- Elaboração do novo manual de identidade visual (logomarca)
- Elaboração de nova papelaria
- Produção de impressos institucionais



## **SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

### **CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Produção de material publicitário (anúncios) para veiculação em veículos impressos e eletrônicos institucionais ou externos
- Produção de material publicitário e jornalístico para veiculação nas redes sociais
- Publicações

#### **6.2 - Ações jornalísticas:**

- Produção de releases
- Boletim Em Destaque
- Confea EmDia
- Revista Confea
- Revista técnico científica
- Produção de conteúdo para redes sociais
- Produção de matérias jornalísticas

#### **6.3 - Outras ações:**

- Eventos
- Contratação de Assessoria de Imprensa
- Realização anual de Seminário de Comunicação com as assessorias de comunicação dos Creas
- Participação em eventos: estandes, patrocínio, apoio institucional
- Artigos técnico científicos em outras revistas
- Pesquisas de Opinião (Lideranças, Profissionais, Sociedade)

### **7. PERÍODO DE EXECUÇÃO**

O Plano será executado no período de 2018-2020. Quando necessário, será atualizado pela Gerência de Comunicação - GCO, encaminhado para apreciação do Conselho de Comunicação e Marketing - CCM para posterior aprovação pelo Plenário do Confea.

### **8. INVESTIMENTOS**

As ações e atividades relacionadas nesse Plano de Comunicação se darão mediante a execução dos contratos com a Agência de Publicidade, Gráfica e Empresa de Eventos devidamente licitadas e regularmente contratadas.