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

REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA DO CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – 2020

SÚMULA

DATA: 4 de dezembro de 2020 – Brasília

PRESENÇAS:

Presidente do Confea	Eng. Civ. Joel Krüger
Representante Plenário	Eng. Mec. José Miguel de Melo Lima
Representante CP	Eng. Agr. Carminda Pinheiro
Representante CAIS	Eng. Civ. João Carlos Pimenta
Representante CDEN	Eng. Agr. Kleber Santos
Representante Coordenadorias	Eng. Agr. Thiago Castro De Oliveira
Convidada de Comunicação	Jorn. Cláudia de Oliveira
Convidada de Comunicação	Jorn. Íris Valéra
Superintende Estratégia e Gestão	Bel. Renato Barros
Gerente de Comunicação	Jorn. Felipe Pasqualini
DeBrito Brasil	Felipe Sampaio
DeBrito Brasil	Marcuce Luz
Apoio CCM	Silvia Girardi

Ausência justificada: Margareth Vicente

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 – INFORMES

Feita a verificação do quórum, às 9h15 do dia 4 de dezembro de 2020, o presidente do Confea Joel Krüger, iniciou a Reunião Extraordinária do CCM 2020 saudando a todos e abrindo a palavra para informes dos membros do CCM.

Houve as seguintes manifestações:

- Felipe Pasqualini informou que no último Colégio de Presidentes teve a oportunidade de apresentar as campanhas que serão veiculadas em dezembro e a repercussão foi positiva.

- Kleber Santos registrou as manifestações positivas dos representantes das entidades do CDEN em relação às campanhas produzidas pelo Conselho. Joel Krüger reforçou a importância dessa interação com as entidades no alinhamento da comunicação, o que permite alteração e correção das peças em tempo hábil e efetividade das campanhas.

- Thiago Castro aproveitou a oportunidade para registrar os destaques da última reunião da CCEAGRO. Disse que entre outros assuntos, foram discutidos o levantamento dos polos de EAD das universidades e dos acobertamentos, e a fiscalização, com destaque para a "reaprovação" do manual a ser distribuído aos regionais.

-Joel Krüger informou que solicitou à gerência de comunicação que elabore apresentação institucional do Confea com o objetivo de atualizar os fóruns diretamente com as principais ações estratégicas do Federal e temas específicos de cada fórum. A ideia é comunicar aos órgãos colegiados as principais decisões/ações, reduzindo a falta de informação nas pontas. O presidente do Confea informou ainda que não haverá Encontro de Líderes em 2021 por questões sanitárias, mas as reuniões das Coordenadorias acontecerão em Brasília, em locais e datas diferentes para evitar aglomerações.

- Carminda Pinheiro comunicou que na última reunião do CP apresentou resumo do trabalho do CCM em 2020, com as principais campanhas e ações aprovadas pelo Conselho.

- Miguel Lima registrou sua participação como mediador no ciclo de debates Engenharia e Infraestrutura, com o tema Política Energética Nacional, que contou também com a participação do secretário-executivo adjunto do Ministério de Minas e Energia. Aproveitando a oportunidade, o conselheiro Miguel convidou o representante do MME para participar de reunião da CCEEE, em agenda a ser definida.

- João Carlos Pimenta também registrou sua participação como mediador no ciclo de debates Engenharia e Infraestrutura, mas com o tema Casa Verde e Amarela – Direito à Moradia e os Desafios do Déficit Habitacional. Destacou a presença de Alfredo Santos, Secretário Nacional de Habitação do MDR e do Vice-Presidente da CBIQ, Eduardo Almeida.

2 – PAUTA

3.1 – Planejamento Campanhas 1º semestre 2021

O presidente do Confea passou a palavra a Marcuce Luz, representante da DeBrito Brasil para apresentar o planejamento de campanhas para o 1º sem/2021. Marcuce iniciou sua fala registrando que essa apresentação considera os ajustes apontados na última reunião do CCM.

- TV Confea/Crea: Programação mensal de vídeos para o canal do Confea no Youtube. A TV Confea/Crea é um produto que foi desenvolvido com o intuito de agregar a produção audiovisual/multimídia na pauta de trabalhos permanentes do Confea, conforme previsto no item 3.4.13 do Plano de Comunicação 2021/2023. O escopo do projeto prevê:

Cobertura em vídeo de eventos em Brasília:

1- Sessões plenárias;
2- Reuniões de Comissões Permanentes Especiais;
3- Reuniões de Coordenadorias das Câmeras Especializadas;
4- Colégio de Presidentes;
5- Agendas da Assessoria Parlamentar;
6- Outras Ações de Interesse do Confea.

Produção de conteúdo para o Youtube, desenvolvendo playlists específicas dentro do canal Confea–Crea:

1. Por trás da Engenharia – vídeos periódicos abordando curiosidades da engenharia. Ex.: A construção do Lago Paranoá e a construção da Catedral de Brasília;
2. Engenharia social – vídeos apresentando cases nos quais a engenharia trabalhou em causas importantes como, por exemplo, as soluções para respiradores durante a pandemia;
3. Futuros Profissionais – vídeos apresentando projetos que vêm sendo desenvolvidos por estudantes de engenharia nas universidades;
4. O que o Sistema Confea/Crea faz por você – vídeos apresentando as principais atuações regionais de cada Crea. Obs.: os depoimentos de presidentes e profissionais dos Creas seriam captados pela internet

- Lives TV Web – o objetivo é aproximar o Sistema Confea/Crea dos profissionais, permitindo a interação do público, esclarecimento de dúvidas, etc.
- Impulsionamento de vídeos no Youtube. Equipe dedicada no Expediente do Confea: jornalista/apresentadora, cinegrafista e editor.

Período de janeiro a junho 2021 | Praça: Nacional | Investimento: R$ 564 mil (R$ 94 mil por mês).

Houve as seguintes manifestações:

- Íris Valéria questionou se o programa seria veiculado mensalmente e se a equipe é composta também por um produtor. Marcuce Luz respondeu que a TV Confea/Crea cobrirá o calendário de reuniões do Sistema e pautas específicas que serão discutidas pelo Confea com apoio do CCM. Com relação à equipe disse que os profissionais de hoje são multitarefas, 360°, por exemplo, uma jornalista cobre o evento, produz e edita. Íris demonstrou preocupação sobre qual seria o conteúdo dessa cobertura, se iria além de um panorama geral do evento/reunião.

- Joel Krüger complementou a fala da Íris e disse que a TV Confea/Crea não deve cobrir o evento de forma geral, isso já é feito pela gerência de comunicação, mas sim gerar conteúdo técnico, de interesse do profissional, por exemplo aproveitar operacionalmente as reuniões/eventos diversos para colher falas técnicas de conselheiros e presidentes de Creas. Marcuce ressaltou que a equipe de TV será uma extensão da gerência de comunicação e as pautas serão definidas em conjunto, sendo explorados e produzidos conteúdos diferenciados dos já existentes hoje.

- Miguel Lima solicitou que o assunto Fiscalização esteja sempre na pauta da TV e que haja interface com as Câmaras especializadas para que os assuntos tratados nesses fóruns sejam objeto de divulgação também. Refletiu que o projeto tem um alto custo de operacionalização, devendo assim se justificar com geração de conteúdo técnico de qualidade e cobertura do calendário do Sistema em Brasília. Marcuce disse que o projeto TV é uma necessidade para o Sistema, tendo em vista as inúmeras reuniões e agenda de eventos, e que isso irá potencializar a geração de conteúdo e a externalização para os profissionais.

- Joel Krüger solicitou que sejam incluídos na pauta da TV os eventos relacionados à Fiscalização, os órgãos colegiados do Sistema e a questão da Mulher na Engenharia. Além disso, pediu especial atenção ao Plenário do Confea, com temas relevantes, de interesse do profissional, que podem ser destacados.

- Kleber Santos apoiou as falas anteriores e solicitou que sejam previstas no escopo do projeto as reuniões do Colégio de Entidades Nacionais. Disse ainda que ao observar os exemplos específicos de temas, sentiu falta de uma abordagem mais abrangente, com mescla de exemplos, contemplando não só o grupo Engenharia, mas também a Agronomia e as Geociências. Por último, pediu mais esclarecimentos sobre a produção de conteúdos, os conteudistas e as fontes de informação. Joel Krüger pontuou que o Colégio de Entidades Nacionais, assim como o Cders e os outros órgãos colegiados devem constar explicitamente do escopo do projeto. Além disso, o presidente do Confea reforçou que mesmo nos textos

internos ou em pequenas apresentações sejam utilizados "Engenharia, Agronomia e Geociências" juntas. Felipe Pasqualini respondeu o questionamento de Kleber informando que o quadro de funcionários do Confea conta com 5 jornalistas de carreira e essa equipe, sob coordenação da gerência de comunicação, dará total apoio à equipe de tv. Hoje os jornalistas do Confea produzem textos, mas a chegada da TV possibilitará a integração com imagens. Marcuce complementou que a construção ocorrerá de forma conjunta e amplificará o que já é feito hoje, sem deixar nenhum órgão de fora.

- Thiago Castro observou que ao não engessar a produção de conteúdos e pautas o Sistema receberá outro tipo de produto, inclusive com a possibilidade de participação de agentes externos. Disse que vê a chegada da tv como uma evolução natural haja vista os diferentes meios de comunicação já utilizados pelo órgão. E apoia a fala dos membros anteriores quanto ao conteúdo gerado, que deverá ir além do que a simples cobertura desses eventos/reuniões. Corroborando com Thiago, o presidente Joel reforçou que o resultado desses encontros será o produto de destaque da TV, tendo como norte o que é importante para os profissionais e a sociedade. Marcuce complementou lembrando que recentemente foram produzidos vídeos sobre as ações de fiscalização dos 27 Creas e que a TV impulsionará esse conteúdo.

- João Carlos Pimenta elogiou os 4 pilares de conteúdo apresentados e sugeriu outros exemplos, como retratar o período da construção de Brasília, a habitação popular e as impressoras 3D. E questionou de que forma a TV passará a ser um costume diário, um hábito para os profissionais e estudante na busca por notícias e conteúdos. Marcuce Luz respondeu ao conselheiro informando que para atingir o público-alvo será realizado o impulsionamento dos vídeos/programas no Youtube. Disse que a internet tem um poder de segmentação muito grande e, dessa forma, é possível chegar em que se quer chegar com a mensagem que se quer chegar. Explicou que as ferramentas de segmentação atuam de forma quase que cirúrgica, por exemplo o vídeo será segmentado por interesses, então pessoas que possuem interesse em Engenharia serão impactadas pela TV, e que é possível medir e controlar quem está sendo impactado. Uma outra forma de se atingir diretamente o público-alvo é por meio do WhatsApp, Instagram e Youtube. Por último, disse que a propaganda em TV atinge não só o público-alvo, mas todos que estão consumindo o canal naquele momento, diferente da internet que segmenta e chega exatamente onde quer chegar. Após as explicações, o conselheiro Pimenta sugeriu que os vídeos/programas da TV sejam enviados também por e-mail marketing. Joel Krüger solicitou à gerência de comunicação que sejam criados grupos segmentados no WhatsApp e e-mails para envio de informações do Sistema.

- Cláudia Oliveira corroborou com a fala de Íris em relação à preocupação com o tipo de conteúdo que será criado pela TV, que deve ser técnico e de interesse para os profissionais. Destacou o trabalho dos jornalistas que compõem a equipe de comunicação do Confea, os quais darão todo o suporte para a efetividade do que será comunicado por essa mídia. Apontou que o produto TV vai ao encontro do crescimento do mercado digital, e citou os sucessos das lives e dos canais do Youtube, com conteúdo dinâmico e de consumo fácil. Disse ainda que os Creas poderão colaborar na construção da pauta e ajudar a potencializar a divulgação dos vídeos e programas por meio de suas redes sociais.

- Íris Valéria manifestou-se novamente e citou a importância da participação dos jornalistas do Confea na produção desses programas, e sugeriu que a TV Confea/Crea seja divulgada também na grade de programação da TV Senado e Câmara.

- Joel Krüger disse ser importante distribuir o material da TV para repercussão dos Creas, além de ser uma importante rede de contribuição para as pautas. Comentou que o grupo do CCM é um importante canal para aprovação de conteúdos estratégicos e do material produzido.

Os membros do CCM presentes aprovaram a proposta da TV Confea/Crea por unanimidade.

- Campanha Mulheres na Engenharia: O mérito da campanha foi discutido e aprovado na 4ª reunião ordinária do CCM. Período de veiculação: março/2021 | Praça: Nacional | Investimento R$ 3.250.000,00 | Meios: TV fechada, Mídia exterior (frontlight /outdoors) e Internet.

- Campanha Fiscalização: O mérito da campanha foi discutido e aprovado na 4ª reunião ordinária do CCM. Período de veiculação: abril e maio/2021 | Praça: Nacional | Investimento: R$ 3.300.000,00 | Meios: TV fechada, Mídia Exterior (frontligth/outdoors), mídia aeroportuária e Internet

Joel Krüger sugeriu que as campanhas de Fiscalização tenham calendários coordenados com as datas dos Seminários de Fiscalização do Sistema.

- Projeto Especial Canal Rural: Agronomia Sustentável - Projeto especial do Canal Rural promovendo um RoadShow/Expedição por 15 capitais brasileiras para mostrar o exercício profissional do agrônomo no ambiente urbano, em atividades que ampliam o mercado de trabalho e têm impacto direto no bem-estar do cidadão e na economia do País. O objetivo é destacar a presença, pertinência e responsabilidade econômica e social da agronomia no ambiente urbano para a sustentabilidade nas grandes capitais. Capitais do projeto: Porto Alegre / Florianópolis / Curitiba / São Paulo / Belo Horizonte / Vitória / Campo Grande / Goiânia / Brasília / Fortaleza / Aracaju / Salvador / Rio Branco / Porto Velho / Manaus. Período de Veiculação: janeiro a junho | praça: Nacional | Investimento: R$ 630.000,00 | Entregas de conteúdo: Série de TV no Canal Rural com 10 episódios de 15 minutos com 10 reprises. Exibição Semanal. - 10 reportagens de 5 minutos com 10 reprises. - 5 Seminários regionais com a participação da sociedade e dos Creas. Entregas de Mídia: TV: 204 comerciais de 30'' no Canal Rural, Site: 180 chamadas de 30'' para a série, 220 comerciais de 30'', 25 vinhetas de abertura de 5'', 3.600.000 impressões de superbanner, 12 lives do projeto no Facebook, Instagram e Youtube do Canal Rural. Marcuce acrescentou ainda que a ideia é criar uma série de episódios abordando o "Exercício do Engenheiro Agrônomo no ambiente urbano", os episódios abordarão toda a cadeia envolvida: Creas, profissionais, logística, entre outros, com produção pela equipe de jornalistas do Canal Rural.

Houve as seguintes manifestações:

- Miguel Lima observou que houve remodelação da apresentação do projeto, mas o custo se manteve. Questionou se há tempo hábil de ser veiculado em janeiro de 2021, tendo em vista a aprovação em dezembro. Marcuce disse que o Canal Rural já conta com infraestrutura pronta o que facilitará a produção dos episódios já em janeiro.

- Thiago Castro parabenizou o escopo do projeto, disse que há reconhecimento pela sociedade do agronegócio como força motriz da economia, no entanto, por meio desse projeto será possível demonstrar que o agronegócio é vinculado ao Engenheiro Agrônomo, destacando a agronomia não apenas como área rural, mas sim como protagonistas do desenvolvimento nacional.

Os membros do CCM presentes aprovaram a proposta da TV Confea/Crea por unanimidade.

- Projeto Especial Congresso em Foco: Projeto de Branded Content voltado para a produção de conteúdo personalizado de acordo com as definições dos objetivos e necessidades de comunicação do Confea. A equipe do portal dará um formato jornalístico a pautas previamente definidas pelo Confea. Período de veiculação: janeiro a junho | Praça: Nacional | Investimento: R$ 90.000,00 (R$ 15 mil ao mês). Entregas do Projeto: Uma matéria por semana, produzida pelo Congresso em Foco, em estilo jornalístico. Posts nos canais do Congresso em Foco no Twitter, Instagram e Facebook. Destaque do Confea permanente na homepage durante toda a campanha. Criação de uma área especial no site para disponibilização de todos os conteúdos produzidos.

Houve as seguintes manifestações:

- Miguel Lima solicitou mais explicações sobre o perfil da abordagem. Marcuce Luz respondeu ao conselheiro informando que esse formato denominado "branded content" diz respeito a patrocínio de conteúdo, dessa forma pautas relevantes do Sistema que estejam em tramitação no Congresso serão destacadas no site por meio de matérias. O público que acessar o site será impactado por essas matérias. Disse ainda que o Congresso em Foco é um veículo jornalístico que faz cobertura apartidária do Congresso Nacional e dos principais fatos políticos, sendo o principal veículo especializado em pautas do Congresso. Felipe Pasqualini complementou que por meio desse canal será possível impactar os parlamentares e dar visibilidade às pautas da Engenharia que estão em tramitação no Congresso. Miguel Lima externou preocupação quanto ao período de veiculação desse projeto, já que o Congresso, por conta do recesso e ainda questões de pandemia, possivelmente estará esvaziado em janeiro e fevereiro. Marcuce informou que é possível adiar o início do projeto. Joel Krüger sugeriu que seja aprovado o mérito do projeto com vinculação de seu início à normalização dos trabalhos pelo Congresso. Dessa forma, caberá ao CCM deliberar sobre o melhor momento para inicia-lo.

- José Carlos Pimenta indagou sobre o significado do termo "branded content" e concordou com a aprovação do Mérito do projeto condicionado seu início à aprovação pelo CCM. Felipe Pasqualini explicou que o termo significa produção de conteúdo promovido em veículos de grande alcance, como um conteúdo patrocinado.

- Íris Valéria questionou se é possível que o termo "conteúdo patrocinado" não seja destacado nas matérias. Marcuce informou que é comum o uso desse termo, mas irá verificar com o veículo sobre essa possibilidade.

- Thiago Castro disse achar importante a presença do Sistema nesse canal, e comentou que poderia ser utilizado o termo "matéria de autoria de..." no lugar de "conteúdo patrocinado".

- Marcuce informou que o serviço de branded content é algo bastante comum quando se promove conteúdo relevante, como a prestação de um serviço público sobre o qual a marca possui autoridade no assunto, a ideia é criar uma história com a qual o público se identifique e aprofundar o assunto.

- Joel Krüger solicitou que na comunicação do Confea sempre que possível dê-se preferência a termos em português ao invés de termos em língua estrangeira.

Os membros do CCM presentes aprovaram por unanimidade o mérito da proposta condicionado o seu início à normalização dos trabalhos pelo Congresso com aprovação pelo CCM.

- Redes Sociais: A gestão das redes sociais – Facebook, Instagram e Twitter – tem transformado esses canais do Confea em redes relevantes, proporcionando interação entre o Conselho, os profissionais e a sociedade. A comunicação nas redes sociais permite mostrar a atuação do órgão, valorizar os profissionais e dar importância às suas críticas e sugestões. Período de veiculação: janeiro a junho | Praça: Nacional | Gerenciamento de redes sociais, monitoramento e produção de conteúdo, incluindo: Facebook, Instagram e Twitter mínimo de 6 Posts semanais e produção de 8 vídeos mensais, com duração de até 2 minutos, incluindo computação gráfica, locução, trilha, edição e finalização. Veiculação nas redes sociais do Confea | Investimento: R$ 422.448,00 (R$ 70.408,00 por mês).

Os membros do CCM presentes aprovaram a proposta da TV Confea/Crea por unanimidade.

O CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – CCM, em reunião extraordinária, realizada em Brasília-DF e por videoconferência, no dia 4 de dezembro de 2020, após análise do assunto em epígrafe, e; 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 a missão do

Sistema Confea/Crea e Mútua que é de orientar e fiscalizar o exercício profissional com a missão de defender a sociedade da prática ilegal das atividades abrangidas pelo Sistema; Considerando o poder da informação como forma de conscientizar a sociedade sobre a importância dos profissionais e do próprio Sistema Confea/Crea e Mútua; Considerado que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo, ou de orientação social; Considerando a necessidade de se apresentar à sociedade a importância, as atribuições e as responsabilidades dos profissionais da área tecnológica que estão definidas na Lei nº 5.194/66, a fim de promover valorização profissional e, garantir a segurança e a defesa da população; Considerando a Decisão PL-2023/2020 (SEI 0390642) que aprova o "Plano de Comunicação do Confea 2021-2023" (SEI 0386636) e encaminha os autos à Gerência de Comunicação do Confea para as devidas providências; Considerando que nos termos do Plano de Comunicação (2021-2023) aprovado "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"; e Considerando existência de disponibilidade orçamentária reservada para a execução do contrato com Agência de Publicidade, conforme Decisão nº PL-2131/2020 (SEI 0400164) que homologa a proposta orçamentária do Confea para o exercício de 2021; DELIBEROU: 1) Aprovar as ações de comunicação para o 1º semestre de 2021, conforme planejamento (SEI 0404163); 2) Encaminhar à Comissão de Articulação Institucional do Sistema – CAIS para apreciação e posterior aprovação pelo Plenário do Confea. VOTARAM FAVORAVELMENTE À PRESENTE DELIBERAÇÃO: Eng. Civ. Joel Krüger - Presidente do Confea, Eng. Eletric. José Miguel de Melo Lima, Eng. Civ. João Carlos Pimenta, Eng. Agr. Carminda Pinheiro, Eng. Agr. Kleber Souza dos Santos, Eng. Agr. Thiago Castro de Oliveira, Bel. Renato Gonçalves Barros, Jorn. Felipe Augusto Pasqualini, Jorn. Cláudia Renata Delza Campos de Oliveira, Jorn. Íris Valéria Santos de Azevedo.

3.2 – Apresentação das peças de campanha do mês de dezembro

Dando seguimento, Marcuce apresentou as peças relativas ao mês de dezembro, mês do Engenheiro. Apresentou o roteiro do filme de 1 min e a identidade visual.

Houve as seguintes manifestações:

- Miguel Lima sugeriu que na identidade visual seja comtemplada também a representação de outras modalidades, como a engenharia elétrica, por meio de painel solar ou hidrelétrica. Joel Krüger reforçou o pedido do conselheiro explicando que o dia 11 de dezembro se refere ao dia do Engenheiro de forma geral e é importante dar destaque às principais modalidades: civil, mecânica, elétrica e química. Aproveitando, sugeriu também que seja informado nas peças o motivo de a data 11 de dezembro ser considerada como o Dia do Engenheiro e que haja predominância da cor azul nas peças (cor da Engenharia).

Como encaminhamento, os membros do CCM solicitaram alteração na identidade visual com a inclusão das modalidades Mecânica, Química, Elétrica e Civil e, após esses ajustes, as peças serão aprovadas pelo grupo WhatsApp do CCM.

4 – ENCERRAMENTO

Após breve agradecimentos dos membros e conclusão dos trabalhos em 2020, Joel Krüger agradeceu a presença de todos e nada mais havendo a tratar, às 12h30, deu por encerrada a reunião extraordinária do CCM.