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

4ª REUNIÃO ORDINÁRIA DO CONSELHO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING – 2020

SÚMULA

DATA: 13 de novembro 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 CDEN	Eng. Agr. Kleber Santos
Representante Coordenadorias	Eng. Agr. Thiago Castro De Oliveira
Representante da Mútua	Jorn. Margareth Vicente
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
Gazeta do Povo	Giovani Ferreira

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 9h10 do dia 13 de novembro de 2020, o presidente do Confea Joel Krüger, iniciou a 4ª Reunião Ordinária do CCM 2020 saudando a todos e abrindo a palavra para informes dos membros do CCM.

Houve as seguintes manifestações:

- Felipe Pasqualini comentou que o Plano de Comunicação deliberado na 3ª reunião ordinária do CCM foi aprovado em Plenário e já se encontra disponível no site do Confea.

- Carminda Pinheiro elogiou o excelente trabalho que vem sendo realizado pelo CCM e registrou que os outdoors da última campanha da Agronomia foram distribuídos nos principais pontos da cidade de Rio Branco, com bastante movimentação.

- Kleber Santos registrou a satisfação das entidades que fazem parte do CDEN em relação às matérias/campanhas publicitárias realizadas ao longo do ano. Parabenizou ao gerente de

comunicação do Confea por consultar às entidades previamente na elaboração das peças das campanhas. Informou ainda, que devido a outro compromisso agendado para o mesmo horário precisará ausentar-se da reunião antes do término.

2 – SÚMULA

Não houve manifestações ao contrário e a súmula da 3ª Reunião ordinária do Conselho de Comunicação e Marketing em 2020 foi aprovada.

3 – PAUTA

3.1 – Planejamento Campanhas 1º semestre 2021

Na sequência, o presidente do Confea passou a palavra a Felipe Sampaio, representante da DeBrito Brasil para apresentar o planejamento de campanhas para o 1º sem/2021. Felipe Sampaio apresentou as seguintes ações:

- TV Confea/Crea: Programação mensal de vídeos para o canal do Confea no Youtube. O objetivo é criar um canal com intensa produção de conteúdos em vídeos, gerando aproximação do público do Confea e promovendo um debate sobre pautas relevantes para os seguidores. Disse ainda que por meio da TV Confea será possível gerar conteúdos com um tom descontraído e moderno, utilizando um formato que se adeque às linguagens das redes sociais. Felipe informou que a ideia é ter uma equipe de produção de vídeo/conteúdo dedicada exclusivamente para esse serviço, por meio de um estúdio montado no próprio Confea. A cobertura se daria a partir de pautas pré-montadas, além de pautas "quentes" (que surgem na hora). O projeto contempla: criação de playlist, vídeos gravados, resumo das plenárias e podcasts, sem limitação de número de vídeos. Período de janeiro a junho 2021 | Investimento: R$ 564 mil (R$ 94 mil por mês).

Houve as seguintes manifestações:

- Miguel Lima comentou que realizar essa interação entre Confea e Creas é uma grande ideia, mas o projeto carece ainda de maior amadurecimento em sua formatação e detalhamento das ações a serem realizadas para não ocorrer subutilização. Aprovando-se essa ação deverá haver ampla divulgação e difusão em todos os canais do Sistema. Dessa forma, sugeriu que a ação seja apresentada posteriormente em Plenário para que se torne de amplo conhecimento. Sugeriu ainda que haja cobertura das reuniões nacionais de Câmaras. Por fim, mencionou que há necessidade de retomar, como tema de campanha, a questão da Engenharia no combate ao Coronavírus.

- Carminda Pinheiro complementou a fala do Conselheiro Miguel reforçando a importância de cobertura das reuniões das Câmaras Nacionais, além de incluir nesse contexto a cobertura do Colégio de Presidentes. E, destacou que apesar de ser uma grande ação de comunicação, ainda precisa ser mais bem detalhada para que seja aprovada.

- Kleber Santos apoiou as palavras do conselheiro Miguel e presidente Carminda sobre a interação entre Confea e Creas e a importância de se destacar nessas coberturas os fóruns consultivos, como Cden e Coordenadorias. Também acredita ser importante retomar como conceito de campanha o papel da Engenharia na recuperação econômico social.

- Íris Valéria parabenizou a equipe pela iniciativa e destacou que a proposta da TV Confea/Crea é positiva haja vista a infinidade de pautas dentro do Sistema e a possibilidade de ampla divulgação.

- Joel Krüger mencionou que o projeto é interessante, no entanto precisa de adequações quanto à estrutura. Vê necessidade de detalhamento das ações que serão realizadas e quais conteúdos serão abordados. Solicitou que no planejamento da ação seja considerado o calendário das coordenadorias, e questionou como seriam feitas as coberturas de eventos dos colegiados que acontecem fora de Brasília. Além disso, solicitou que sejam mapeados também os eventos de rotina do Confea, como sessões plenárias, grupos de trabalho e reuniões de comissões.
Os membros do CCM decidiram pela retirada desse item de pauta.

- Campanha Mulheres na Engenharia: Dando continuidade ao trabalho realizado em 2019, o representante da DeBrito Brasil sugeriu campanha cujo foco é a mulher na engenharia. A ideia é mostrar que engenharia é "lugar" de mulher, e elas podem e devem ocupar posições de liderança nas diversas áreas, como engenharia civil, agronomia, elétrica, telecomunicações, geociências, etc. A intenção da campanha é promover a igualdade de gênero e abordar a diversidade. Período de veiculação: março/2021 | Praça: Nacional | Investimento R$ 3.250.000,00 | Meios: TV fechada, Mídia exterior (frontlight /outdoors) e Internet.

Foi discutido pelos membros do CCM o cenário da pandemia X Engenharia como tema de campanha. Marcuce Luz sugeriu que na campanha Mulheres na Engenharia esse assunto seja incorporado. Os membros do CCM aprovaram a ação e a sugestão de vinculação dos dois temas para o 1º semestre de 2021. Margareth Vicente absteve-se da votação.

- Campanha Energias Renováveis: Felipe Sampaio informou que a campanha irá divulgar como a engenharia auxilia no desenvolvimento socioeconômico e ambiental, de forma sustentável, por meio dos projetos de energia renovável. Nesse contexto, a engenharia possui um papel fundamental no estudo, planejamento, análise e desenvolvimento de novas tecnologias relativas à energia renovável. 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

Houve as seguintes manifestações:

- Miguel Lima sugeriu que o investimento seja direcionado em campanha com o conceito "Fiscalização" logo no primeiro semestre de 2021, tendo em vista o prejuízo das ações de Fiscalização dos Creas que foram prejudicadas pelo cenário da pandemia. Ainda comentou que o assunto "Energias Renováveis" foi contemplado ao longo do ano de 2020 em redes sociais.

- Felipe Sampaio pontuou que campanhas com o tema "Fiscalização" são realizadas todos os anos, e com relação ao tema pandemia, o assunto foi abordado em redes sociais e tv fechada recentemente, e assim sugere que o tema seja abordado por meio de redes sociais.

- Joel Krüger comentou que apesar de haver campanha sobre Fiscalização todos os anos, o assunto deve ser tema recorrente de campanhas, podendo inclusive ser integrado a outros temas, como por exemplo, Energias Renováveis e Fiscalização.

- Felipe Pasqualini sugeriu que o tema Energia Renováveis seja abordado por meio das redes sociais, direcionando o investimento à campanha com tema Fiscalização.

Como encaminhamento, os membros do CCM aprovaram a substituição do tema de campanha "Energias renováveis" pelo tema "Fiscalização".

Margareth Vicente absteve-se da votação.

- Projeto Especial Canal Rural: O projeto envolve uma parceria do Canal Rural com dez universidades do país (duas por região). O objetivo é mobilizar e conectar a universidade, o mercado, a sociedade e a representação profissional em torno de uma agenda positiva de promoção e capacitação dos profissionais para uma nova Agronomia. Todo o trabalho de desenvolvimento e geração de conteúdo, fruto desse projeto, será exibido no Canal Rural por meio de um programa de 15 minutos com exibição aos sábados, compondo a temporada Agrônomo e Agronomia no Século XXI. Giovani Ferreira (responsável pelo Canal Rural) comentou que o projeto irá se chamar "Residência Agronômica – Agronomia mais forte e Qualificada", como pano de fundo serão abordados os temas: Qualificação, Exercício Profissional e Integração, Universidade, Mercado e Sociedade. A proposta é mobilizar e conectar universidade, mercado, sociedade e representação profissional em torno de uma agenda positiva de promoção e capacitação dos profissionais para uma "nova Agronomia". Giovani disse ainda que a capacitação/formação de novos profissionais em área de atuação mais específica e especializada da Agronomia poderá contribuir para atender setores

carentes de profissionais especializados, uma maneira de ampliar o campo de trabalho dos profissionais da Agronomia. Todo o trabalho de desenvolvimento e geração de conteúdo, fruto desse projeto, será exibido no Canal Rural por meio de um programa de 15 minutos com exibição aos sábados, compondo a Temporada Agrônomo e Agronomia no Século XXI. Período de Veiculação: janeiro a junho | praça: Nacional | Investimento: R$ 630.000,00 | Entregas do projeto: Programas de 15 min a serem exibidos na TV e na Web, 80 inserções mensais de Comercial 30'' do Confea na grade do Canal Rural durante todo o período do projeto, Lives quinzenais transmitidas pelas redes do Canal Rural, 4 eventos on-line, Plataforma Web Customizada para promoção do projeto, mentoria e repositório de conteúdo, mídia on-line (Retângulo e Superbanner) no portal do Canal Rural durante todo o período do projeto
Houve as seguintes manifestações:

- Carminda Pinheiro questionou como se dará a execução desse projeto nas universidades e demonstrou preocupação no uso de recurso do Federal em uma ação junto a universidades, num contexto em que não há regulamentação do Crea-Jr.

- Thiago Castro disse que o nome do projeto "Residência Agronômica" o fez lembrar de "residência agrária" o que pode gerar confusão, mas concorda com a metodologia do projeto.

- Kleber Santos destacou que por meio de projetos como esse gera-se expectativa de se ampliar a comunicação, e ao informar capacita-se às pessoas a procurar regularização e o Conselho atua em sua atividade-fim: Fiscalização. Esse projeto é importante para o grupo Agronomia já que se pode aliar a formação ao exercício profissional. Informou que em 2014 a CCEAGRO aprovou uma proposta de residência agronômica e que o assunto já vem sendo discutido há um certo tempo, sendo inclusive um dos itens de pauta de evento dos coordenadores de curso de Agronomia, na próxima semana. Com relação ao nome do projeto disse que ambos "agrária ou agronômica" atenderão ao objetivo do projeto, e que o termo residência se refere ao profissional já formado que receberá essa capacitação. Sobre o Crea-Jr comentou que não vê interferência, já que esse é um projeto de comunicação.

- Joel Krüger comentou que ficou em dúvida com relação ao escopo do projeto e qual produto será entregue. Se é voltado para estudantes ou universidades, corroborando com a fala da presidente Carminda, e a preocupação quanto à questão do Crea-Jr.

- Felipe Pasqualini explicou que esse projeto contempla a entrega de programas de 15 minutos, a serem exibidos no Canal Rural e Web, além de inserções mensais de comerciais de 30'' na grade do Canal, transmissão de lives e outras mídias on-line. Informou que o projeto não é para estudante, mas para recém-formados.

- Giovani Ferreira complementou sua apresentação informando que a construção do conceito do projeto se dará por meio do fomento à qualificação para o exercício profissional de 3 grupos: recém-formados, universidade e o profissional da Agronomia. Os temas serão baseados em áreas de tendência profissional do século XXI e o recém-formado terá oportunidade de acompanhar o profissional em campo (com acompanhamento de mentoria) durante 6 meses para se especializar em alguma área da Agronomia. Ao final dos 6 meses será apresentado um artigo, e os melhores resultados serão publicados em anuário. A equipe de TV acompanhará o trabalho de campo, levando a discussão qualificação x exercício profissional para o canal.

Os membros do CCM decidiram pela retirada desse item de pauta.

3.2 - Planejamento/aprovação campanha dez/2020

Dando continuidade, Felipe Pasqualini passou a palavra a Felipe Sampaio para apresentar a proposta de campanha para o mês de dezembro, antes, lembrou que esse recurso já foi aprovado previamente pelo planejamento do 2º semestre de 2020, e que neste momento a aprovação é de mérito.

Felipe Sampaio apresentou o conceito da campanha e leu o roteiro do filme para tv. A ideia da campanha é voltada para a valorização profissional, além de prestar um serviço de utilidade pública. A campanha faz referência a um desenho de uma casa, feito de forma amadora num papel por um mestre de obra. A ideia é contrapor "rabisco x projeto" e reforçar a importância da contratação de engenheiros para a segurança da sociedade na hora de construir ou reformar. Além do VT, Felipe apresentou também layout de anúncio para revista e outdoor.

- Joel Krüger pontuou que o que foi apresentado está muito específico para a Engenharia Civil, não contemplando outras modalidades, além de não ter refletido a Engenharia num padrão tecnológico e inovador. Destacou ainda que a frase "Tem projeto e tem rabisco", soou como uma afirmação, não colocando em dúvida a questão do rabisco e não valorizando a necessidade de se ter projeto.

- Miguel Lima também citou que a campanha apresentada faz referência apenas à Engenharia Civil, e que essa segmentação não representa as outras modalidades da Engenharia. Disse ainda que não sentiu que a campanha reforça a necessidade de contratação do Engenheiro.

- Carminda Pinheiro também sugeriu que a campanha retrate todas as Engenharias e não apenas a modalidade Civil.

- Thiago Castro, concordando com os demais membros, sugeriu que se amplie o leque das Engenharias retratadas na campanha.

- Cláudia Oliveira também concordou que a campanha está voltada para a construção civil e questionou sobre quais serão os veículos utilizados. Felipe Sampaio respondeu que a campanha será veiculada em TV fechada, mídia exterior (frontlight e outdoor) e Internet (principais portais por meio de mídias programáticas)

- Felipe Pasqualini propôs que a campanha seja reformulada pela DeBrito e que os layouts sejam aprovados pelo grupo do whatsapp, já que a aprovação, nesse caso, é de mérito.

Como encaminhamento, os membros do CCM retiraram o item de pauta e solicitaram reformulação da campanha com maior abrangência em termos de modalidades de Engenharia, e destaque para tecnologia e inovação. A aprovação das peças se dará pelo grupo whatsapp.

4 – ENCERRAMENTO

- Cláudia Oliveira informou que a campanha institucional do Crea-SC foi lançada em novembro, com veiculação até 8 de janeiro de 2021 nas maiores emissoras de TV do estado, além de transmissão pelo rádio e impulsionamento nas redes sociais. O tema da campanha é "Engenharia na vida e no futuro de todos nós". Informou também que participou da 4ª Conferência Nacional de Conselhos Profissionais, e citou que, entre outros, assistiu aos painéis "como fazer campanha de valorização profissional" e "como contratar agência de publicidade", disse que o palestrante fez referência a algumas campanhas com efeito efetivo e entre elas estava campanha do Crea-SC, em 2019, com o tema "Fiscalização e Capacitação Técnica".

- Felipe Pasqualini sugeriu que seja realizada uma reunião extraordinária em dezembro para aprovação do planejamento das ações do 1º semestre de 2021, tendo em vista a retirada de pauta de alguns itens e a necessidade de reformulação de outros.

- Joel Krüger demonstrou preocupação com o calendário apertado até o fim do ano, mas solicitou seja feito um esforço para conciliar a agenda dos membros.

Por fim, Joel Krüger agradeceu a presença de todos e nada mais havendo a tratar, às 11h35, deu por encerrada a 4ª reunião ordinária do CCM 2020.