

**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL****CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA****SÚMULA DA 5ª REUNIÃO ORDINÁRIA DO CCM**

28 de novembro de 2022 - ON-LINE

PRESENCAS

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 da Mútua	Publ. Adriana Tosta (representando Francisco Almeida, presidente da Mútua)
Representante CDEN	Eng. Civ. Francisco José Teixeira Coelho Ladaga
Representante Coordenadorias	Eng. Agr. Jorge da Silva Júnior
Convidado de Marketing	Jorn. Vinícius Firmino
Superintendente de Estratégia e Gestão	Bel. Renato Barros
Gerente de Comunicação	Jorn. Felipe Pasqualini

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.

APRECIAÇÃO DE SÚMULAS

Sem manifestações ao contrário ou sugestões de alteração, a súmula da 4ª reunião ordinária do CCM foi aprovada por unanimidade.

1 - PAUTA**1.1 - Ações de Comunicação 1º Tri/2023**

Eng. Eletric. Evânio Nicoleit, representando o presidente do Confea, deu início à 5ª reunião do CCM 2022. De imediato, passou à palavra aos representantes da DeBrito Brasil para apresentarem as sugestões das ações de comunicação para o 1º trimestre 2023.

Marcuce Luz, executivo da DeBrito Brasil, apresentou a proposta com as seguintes ações:

TV Confea: Programação mensal de vídeos para o canal do Confea no YouTube. Manutenção do canal do Confea com informações sobre a atuação do Sistema e a produção de conteúdos relevantes em vídeos para os seguidores. O Projeto contempla: criação de playlist, vídeos gravados, lives, resumos das plenárias. A média mensal é de 57 vídeos, 62 entrevistados, 124 horas de gravação e ampla cobertura fotográfica. Em 2023, o objetivo é divulgar o conteúdo da TV Confea em outros canais proprietários do Conselho fazendo o crossover com as outras redes: chamadas em redes sociais, newsletter, impulsionamento via mídia. Período: Janeiro a março/2023. Investimento: R\$ 296.100,00 (mensal R\$ 98.700,00).

Gerenciamento de Redes Sociais: Garantir presença relevante e constante das redes sociais do Confea, mas também promover a possibilidade de distribuição de conteúdo significativo, gerando interação e engajamento. A gestão de redes envolve os seguintes canais: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn. Entregas: Mínimo de 6 posts semanais e 8 vídeos mensais. Meta: Aumento em 30% no número de seguidores, por rede. Período: janeiro a março/2023. Investimento: R\$ 430.149,00 (mensal: R\$ 143.383,00).

Podcast Confea Em Ação: O programa traz um resumo da semana do Confea, além de entrevistas com profissionais do Sistema sobre os assuntos que estiverem em alta no momento. Programa semanal com duração de 15 a 20 minutos nas principais plataformas de streaming. Apresentadores: Estevão Damásio (ex-apresentador do programa CBN Brasília) e Paulo Gusmão. Principais canais de divulgação: Instagram e LinkedIn. Campanha de mídia para ampliar o número de ouvintes a partir do Spotify, impulsionamento em redes sociais e mídia programática. Período: Janeiro a março/2023. Investimento: R\$ 78.750,00 (mensal: R\$ 26.250,00)

Campanha Engenharia - Sustentação no Interior: A primeira fase da campanha ocorrerá no mês de dezembro de 2022 aproveitando a data de comemoração do Dia do Engenheiro e será veiculada nas 27 capitais do Brasil. Com o objetivo de reforço e disseminação da comunicação em novas praças, em janeiro/fevereiro, será lançada a segunda fase da campanha no interior, com o intuito de valorizar a engenharia e o profissional, trazendo para o conhecimento do público a diversidade e importância dessa área de atuação na construção e manutenção da sociedade e sua constante evolução. Veículos: Mídia exterior e Internet. Período: Março/2023. Investimento: R\$ 2.695.000,00.

Campanha Mulher na Engenharia: Campanha que entra para o calendário anual de ações de comunicação do Sistema como importante medida para valorização e reconhecimento das profissionais de engenharia, agronomia e geociências, promovendo a equidade no setor. Veículos: TV fechada, Mídia exterior (frontlight e outdoor), mídia aeroportuária e Internet. Período: Março/2023. Investimento: R\$ 3.000.000,00.

Demandas diversas: R\$ 500.000,00

Houve as seguintes manifestações:

- Eng. Civ. Francisco Ladaga, representante do CDEN, pediu explicação sobre os valores apresentados no Plano. Felipe Pasqualini, gerente de comunicação do Confea, explicou que o valor para execução dessas ações é proveniente do saldo de R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais) do 6º Termo Aditivo ao Contrato nº 13/2017, com vigência até 25/06/2023, para execução no exercício 2023. Em sua fala, Ladaga ainda ressaltou que falta a abordagem ao Jovem Engenheiro nas campanhas do Sistema, com temas como Salário Mínimo profissional. Registrou também que falta campanha de valorização ao Engenheiro Sênior. Indagou sobre os valores investidos na campanha Mulher em 2022. Felipe Pasqualini informou que é realizada uma campanha nacional anual no mês de março, os valores para 2022 foram aprovados pelo planejamento de ações do 1º sem/2022 e são os mesmo propostos para a campanha a ser realizada em março de 2023.

- Eng. Civ. Gilson Queiroz, representante do plenário, externou preocupação com o índice de participação nas eleições gerais do Sistema, em 2023. Sugeriu que haja investimento em campanha de atualização cadastral, já no início do ano, para aumentar a participação dos profissionais no pleito. Complementou a fala do conselheiro Ladaga, ao dizer que campanhas sobre etarismo, jovens profissionais e salário mínimo

profissional devem ser pautas constantes da comunicação. Gilson questionou ainda sobre o detalhamento das ações e a possibilidade de remanejamentos para contemplar o que foi sugerido. Comentou que os temas engenheiros jovens e sêniores podem ser tratados de forma transversal nas campanhas de sustentação e mulher. Mas, é preciso que haja um esforço de comunicação, para o público interno, quanto aos temas sobre eleições e atualização cadastral. Sugeriu que um grande aporte de recurso seja destinado à campanha Eleições/atualização cadastral. Sobre o programa Mulher questionou o detalhamento do recurso a ser investido. Em resposta, Marcuce Luz informou que aproximadamente 80% da verba é para as mídias TV, Exterior e Internet e entre 15-20% são custos de produção.

- Eng. Agrim. Vânia Abreu de Mello, presidente do Crea-MS, reforçou a necessidade de ser inserido na pauta o tema Eleições e atualização cadastral. Comentou que o Crea-MS realizou pesquisa de opinião com aproximadamente 600 profissionais, envolvendo temas como gestão, atendimento e fiscalização. Como feedback da pesquisa, informou que mais de 80% do público participante não considera que o Sistema atue em pautas como a do salário mínimo, valorização profissional, fiscalização, fracionamento de horas trabalhadas...Diante disso, destacou a importância de que sejam contempladas nas pautas da comunicação questões relacionadas principalmente à valorização profissional. A presidente do Regional colocou a pesquisa à disposição para nortear futuras ações e registrou que falta comunicação também relativa a questões básicas, como: qual é o papel do Sistema? o que é ART? o que é Registro?, etc. Questionou ainda sobre a possibilidade de continuidade, ainda nesse planejamento, do projeto do Canal Rural, uma vez que os valores são menores comparado aos valores das outras ações propostas.

- Publ. Marcuce Luz, representante da DeBrito Brasil, comentou que os produtos TV Confea, Podcast e Redes Sociais podem abordar os temas jovens engenheiros e engenheiros sêniores e as questões relacionadas à atualização cadastral podem ser também contempladas no planejamento digital. Francisco Ladaga registrou que é necessário um planejamento específico para essas pautas.

- Jorn. Felipe Pasqualini agradeceu as contribuições e comentou que quando a agência se propõe a abordar temas a partir das redes sociais, é porque sua veiculação é rápida, direta e tem um custo menor, diferentemente das campanhas de outdoor que possuem custo elevado. Embora o custo do digital seja menor, não significa que não tenha um alcance elevado. Explicou que o ideal é a complementação de mídias off-line e on-line, mas que não é possível realizar esse planejamento para todas as campanhas. Disse ainda que é possível rever o investimento dessas ações para contemplar, dentro do possível, as sugestões apresentadas pelos membros. Com relação à pesquisa, citou que o Confea também realizou pesquisa de opinião com o objetivo de ter uma comunicação mais assertiva perante o público-alvo do Sistema. Felipe sugeriu que a agência analise o que foi apresentado e proponha um novo plano para incorporar as demandas sugeridas, no que for possível. Sobre o Canal Rural, informou que o investimento não comporta todas as ações, mas há a intenção de retomá-lo assim que ocorrer a próxima licitação.

Após contribuições, os membros aprovaram a inserção, dentro desse planejamento, do eixo: Eleições Gerais e Atualização Cadastral, bem como seja tratado de forma transversal a abordagem aos novos profissionais e profissionais sêniores e a continuidade das ações do Canal Rural, conforme disponibilidade de recursos.

Houve manifestações para divisão equânime do recurso nas campanhas sustentação, mulher e eleições/atualização cadastral. Eng. Eletric. Evânio Nicoleit, coordenador da CAIS e coordenando a reunião, destacou a importância de se ampliar o planejamento, dentro do possível, e não de suprimir ações. Felipe Pasqualini informou que o recurso é limitado e ao se redistribuir o investimento sem o devido estudo o planejamento pode se tornar ineficiente, assim é preciso que a agência faça uma nova proposta. Sugeriu a aprovação do novo plano por meio do grupo Whatsapp do CCM, o que foi acatado.

Aprovada, por maioria, a Deliberação CCM nº 6/2022 (SEI 0682415)

1.2 - Comunicação Digital: redes sociais Confea/2022

A representante da DeBrito Brasil, Mariana Sousa apresentou os resultados das ações de comunicação realizadas em redes sociais em 2022, período janeiro a novembro. O documento pode ser conferido na íntegra (SEI 0695593). Explicou que a comunicação do Sistema deve ser em ondas, com o Confea como fonte principal e os Creas apoiando a comunicação pelos canais oficiais. Houve destaque para os números de impressões e visualizações e o consequente aumento da presença digital do Confea nas redes. Foram ressaltados ainda os novos comportamentos digitais e sugestões de melhorias quanto à produção e distribuição de conteúdos, moderação e monitoramento.

Houve as seguintes manifestações:

- Eng. Civ. Gilson Queiroz pediu mais explicações sobre gráfico de distribuição de conteúdos. Mariana detalhou o gráfico, informando que a produção e distribuição de conteúdos deve aproveitar o que cada rede social tem de melhor. No YouTube, Instagram e Facebook prioriza-se projetos, campanhas e serviços ao invés de notícias, agenda institucional/corporativa. Já no Twitter e LinkedIn há interesse maior do público em pautas corporativas. Felipe Pasqualini destacou que o Confea possui hoje aproximadamente 100 mil seguidores, mas que há mais de 1 milhão de profissionais registrados, o que torna possível trabalhar-se numa estratégia de crescimento.

3 – ENCERRAMENTO

Por fim, Eng. Agr. Jorge da Silva Júnior, representante das Coordenadorias, reforçou a solicitação para inclusão da pauta Agronomia Sustentável e do Canal Rural no planejamento para o próximo trimestre e agradeceu a todos pelo apoio e pelo trabalho desenvolvido pelos membros do Conselho ao longo de 2022. Eng. Civ. Gilson Queiroz também parabenizou os membros e suas contribuições. Vinicius Firmino agradeceu a oportunidade em participar do Conselho pelo 2º ano consecutivo e destacou o crescimento da Comunicação do Sistema como um conjunto.

Felipe Pasqualini ressaltou que a comunicação do Confea deu um salto de qualidade e de efetividade e as críticas fazem parte do processo de melhoria.

Eng. Eletric. Evânio Nicoleit enalteceu a importância do trabalho de comunicação, uma vez que é a partir dela que o órgão se posiciona perante a sociedade e seus públicos. Nada mais havendo a tratar, agradeceu a presença de todos e deu por encerrada a 5ª reunião ordinária do CCM 2022, às 11h02.



Documento assinado eletronicamente por **Felipe Augusto Pasqualini, Assessor(a)**, em 21/12/2022, às 11:34, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Jorge da Silva Júnior, Usuário Externo**, em 21/12/2022, às 11:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Carlos Vinicius Firmino Ferro, Usuário Externo**, em 21/12/2022, às 15:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Gilson de Carvalho Queiroz Filho, Conselheiro Federal**, em 22/12/2022, às 10:44, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Evânio Ramos Nicoleit, Conselheiro(a) Federal**, em 22/12/2022, às 11:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **Vania Abreu de Mello, Presidente do Crea-MS**, em 23/12/2022, às 16:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.confea.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0694460** e o código CRC **3A0A5BF2**.

Referência: Processo nº 00.000431/2022-90

SEI nº 0694460