



COMISSÃO	Comissão Temporária de Comunicação
DESTINATÁRIO	Presidência do CAU/RS
ASSUNTO	Relatório de atividades
DLP DE CONSTITUIÇÃO DA COMISSÃO	DLP CAU/RS nº 873/2018
PERÍODO DE REFERÊNCIA	05/02/2018 a 05/07/2018

RELATÓRIO FINAL DE ATIVIDADES

A COMISSÃO TEMPORÁRIA DE COMUNICAÇÃO – CTC-CAU/RS, constituída conforme DLP-CAU/RS nº 873/2018, relata a seguir as atividades desenvolvidas no período de fevereiro a julho de 2018.

Considerando seu caráter temporário e a necessidade de estabelecer as diretrizes de Comunicação do Conselho de forma clara e concisa, a Comissão estruturou o seu processo de trabalho em 03 (três) etapas:

- Imersão – etapa concluída, onde se obtém informações sobre os temas e é construída uma base comum de conhecimento e entendimento para as discussões sobre a Comunicação do CAU/RS. O resultado desta etapa é a seção 1 deste relatório.
- Ideação – etapa concluída, onde são elencadas e desenhadas propostas de atuação, que servem de linha de base para a realização do trabalho de Comunicação do CAU/RS. O resultado desta etapa é a seção 2 deste relatório.
- Implantação – etapa em andamento, onde são colocadas em prática as propostas de atuação e, a partir da realização das atividades, os resultados são avaliados e, se necessário, são realizadas ações de correção de rota. O resultado preliminar desta etapa são os encaminhamentos constantes em cada uma das propostas da seção 2 deste relatório.

SEÇÃO I

Da etapa de Imersão e dos Princípios Norteadores da Comunicação

A etapa de imersão foi realizada ao longo de 06 (seis) reuniões ordinárias, nas datas de 21/02, 14/03, 28/03, 04/04, 02/05 e 13/06. Além destas, foi realizado um Workshop de Planejamento Participativo, no dia 27/04, com 44 profissionais selecionados dentre os diversos campos de atuação da Arquitetura e Urbanismo no Estado. Com a finalidade de coletar expectativas e propostas de ação para a Comunicação do CAU/RS, o resultado deste trabalho pode ser verificado no Anexo I.

Como consequência desta etapa de Imersão, a CTC-CAU/RS definiu os princípios norteadores da Comunicação do Conselho. Estes princípios devem ser observados pela Gerência de Comunicação em suas atividades, e foram os direcionadores das 12 propostas de trabalho que constam na Seção II deste relatório.

São princípios norteadores da Comunicação do CAU/RS:

1) Foco na Valorização profissional

Buscar uma mudança de cultura junto à sociedade, promovendo a conscientização a respeito da importância do profissional de Arquitetura e Urbanismo para a sociedade. Este princípio representa



um investimento de longo prazo, para que seja verificada uma efetiva transformação na visão que a sociedade possui sobre o tema.

2) Comunicação positiva

Buscar uma linguagem e posicionamento que realize transmissão das informações com positividade: sempre buscar o lado positivo e comunicar de forma otimista para atrair as pessoas.

3) Utilização de linguagem visual amigável aos arquitetos e urbanistas

Valorizar, nas artes e textos, os aspectos característicos dos profissionais de Arquitetura e Urbanismo, como sua relação com o desenho, por exemplo, ressaltando o design nas comunicações. Utilizar o design como elemento diferencial qualitativo.

4) Adequação da comunicação aos públicos e aos canais

Construir as campanhas de comunicação utilizando os canais de modo a facilitar a compreensão das informações. Adequar a mensagem com o meio e com o público, utilizando três públicos principais: arquitetos e urbanistas, sociedade em geral e instituições públicas e privadas.

5) Estruturação das demandas da Gerência de Comunicação, para fins gerenciais, de acordo com o horizonte temporal

- a) Demandas de rotina – ações de curto e médio prazo.
- b) Demandas estratégicas – longo prazo.

6) Utilização de tecnologia como elemento facilitador do trabalho e redutor de custos em Comunicação

Buscar, sempre que possível e de modo prioritário, o uso de ferramentas tecnológicas que facilitem o trabalho, simplifiquem os processos e promovam a redução de custos com Comunicação do CAU/RS.

7) Potencialização da comunicação através de parcerias

Desenvolver parcerias para atingir interesses e objetivos institucionais, fazendo uso do alcance de público qualificado que o CAU/RS pode proporcionar aos seus eventuais parceiros.

8) Receptividade à inovação

Atuar de modo aberto e receptivo à inovação, buscando alternativas de atuação, dentro dos limites legais impostos ao serviço público.

Estes 08 princípios direcionaram o trabalho da Comissão na etapa de ideação, cujo resultado apresentamos na próxima Seção.

SEÇÃO II

Da etapa de Ideação e das Propostas de Trabalho

Em linha com a metodologia de Gestão Estratégica adotada pela Gerência de Planejamento, e com o apoio desta, a CTC-CAU/RS apresenta a seguir 12 (doze) propostas de atuação, a serem realizadas pela Gerência de Comunicação do CAU/RS. Em nome da concisão e eficiência, limitamos o relatório ao resumo das ações realizadas e à definição dos encaminhamentos a serem adotados para cada proposta.



Ressalte-se que, após a devida aprovação, as propostas abaixo serão implantadas no escopo do Plano Estratégico de Comunicação, como um projeto estratégico da Gestão 2018/2020.

Proposta 1 – Mapeamento e Melhoria de Processos

Descrição: realização de atividade de mapeamento de processos da Gerência de Comunicação, com a aplicação de metodologia BPM para melhoria.

Principais atividades executadas pela CTC:

- Revisão das ações e atividades realizadas pela Comunicação, a nível regional e nacional, com avaliação dos resultados alcançados;
- Conhecimento e entendimento da rotina interna da Gerência de Comunicação, com identificação dos gargalos, de tempos ociosos e subutilização de potencialidade;
- Identificação das pessoas e respectivas funções;
- Conhecimento e avaliação do contrato vigente com a agência E21;
- Identificação dos investimentos já realizados em comunicação, avaliação dos volumes aplicados em períodos anteriores e seus resultados.

Encaminhamentos:

1. Criação de Comissão Especial de Comunicação, com agenda de reuniões bimestral (contemplando também reuniões extraordinárias), de um dia inteiro, para avaliação do andamento do Plano Estratégico de Comunicação.
2. Ação de Gerenciamento de Processos, a ser conduzida em conjunto com a Gerência de Planejamento.

**Proposta 2 - Definição de Modelo de Licitação de Serviços de Comunicação**

Descrição: estudo do atual modelo de contratação de serviços de Comunicação (via agência) e proposição de novo formato de contratação.

Principais atividades executadas pela CTC:

- Identificação das obrigações contratuais e atividades realizadas pela agência E21;
- Levantamento das demandas de comunicação do Conselho;
- Levantamento das ações executadas e investimentos realizados nos anos anteriores;
- Avaliação do retorno desses investimento e questionamento quanto a diminuição da verba em comunicação;
- Avaliação da efetividade do formato atual de contratação e proposta de novo modelo, amparado no princípio da eficiência na prestação dos serviços e na qualidade advinda da especialização das contratações.

Encaminhamentos:

1. Renovação do contrato atual de licitação de agência de publicidade, até a realização de nova licitação.
2. Realização de processos licitatórios dividindo os serviços, buscando maior qualidade e especialização na realização das atividades:
 - a. Agência off-line: jornal, mídia impressa, revistas;
 - b. Agência de conteúdo e mídia digital: on-line, redes.
 - c. Assessoria de Imprensa – clipping, definições de pauta.

**Proposta 3 – Adoção de Eixos Estratégicos de Comunicação**

Descrição: definição de eixos estratégicos para as ações de Comunicação do CAU/RS, a partir da elaboração de mapa de modelo de negócio (Anexo II).

Principais atividades executadas pela CTC:

- Elaboração do Mapa de Modelo de Negócio.

Encaminhamentos:

1. Aprovar, no Conselho Diretor e demais instâncias necessárias, a adoção de postura estratégica baseada em:
 - a. Comunicação como agente de valorização da profissão – conduz iniciativas proativas;
 - b. Comunicação como agente disseminador de realizações – recebe, organiza, realiza curadoria e comunica informações.

**Proposta 4 – Criação de Diretrizes para Realização de Eventos do CAU/RS**

Descrição: estabelecimento de diretrizes para a realização de eventos, que orientem as ações dos envolvidos e os papéis de cada participante, a partir do tipo de evento.

Principais atividades executadas pela CTC:

- Avaliação dos eventos realizados, e proposta de diretrizes para classificação de eventos.
- Estabelecimento de 05 (cinco) grupos de eventos:
 - Ações rotineiras de caráter institucional: palestras e ações de menor porte, de cunho orientativo e focadas em temas específicos, conduzidas por Conselheiros ou Empregados do CAU/RS. São eventos onde as Comissões e Unidades promovem e fornecem conteúdo, que é formatado pela Gerência de Comunicação, que possui papel de suporte. São eventos de “prateleira”, preferencialmente com custo fixo. Exemplos: palestras que acompanham o CAU Mais Perto, como as de Fiscalização, Ética e Prática Profissional.
 - Calendário de Eventos das Comissões: calendário permanente de eventos que surgem como propostas das Comissões, criando uma cultura de continuidade. Coletar com as Comissões o planejamento de eventos para os próximos dois anos e realizar levantamento do histórico de eventos de cada Comissão nos últimos 07 (sete) anos. Podem envolver a Comissão como organizadora/promotora, como apoiadora, ou meramente como participante/convidada.
 - Calendário de Efemérides: programação de conteúdo a partir de datas e eventos históricos relevantes.
 - Calendário de Eventos Institucionais: eventos institucionais relacionados à Arquitetura e Urbanismo, promovidos e organizados pelo CAU/RS, nos quais as Comissões são responsáveis por parte do conteúdo. Eventos realizados pela Presidência e Comissões, com apoio das Gerências de Comunicação, Planejamento e Assessorias das Comissões:
 - Evento Anual de Ensino e Formação: primeiro semestre;
 - Evento Anual de Exercício Profissional: segundo semestre;
 - Dia do Arquiteto: dezembro.
 - Eventos Especiais: eventos diferenciados, a ser planejados de modo individual a cada ocasião, ou que exigem estudos mais aprofundados para a definição de formato. Exemplos:
 - Mês da Cidade - dezembro, onde tem o dia do Arquiteto, e que, por ser verão, tem mais oportunidades para ocupar a cidade; pensar no mês da cidade, e a arquitetura é um tema dentre muitos. O mote é a existência de maio amarelo, outubro rosa, e etc.: as pessoas já conhecem o conceito de “mês de algo. Por isso é importante ter “um elemento de união”;
 - Palestras, passeios e visitas guiadas por Arquitetos;
 - Exposições;



- Interiorização, via Universidades (palestras de conselheiros);
- Utilização do site para divulgação de eventos, mediante curadoria para garantir a aderência à plataforma do CAU;
- Prêmio de Jornalismo de Arquitetura;
- Prêmio de Arquitetura do RS. Modelos/Inspirações:
 - Prêmio de Arquitetura do RS (tipo selo/waf), onde o participante paga para participar/concorrer <https://www.worldarchitecturefestival.com/>.
 - Prêmio tipo empresas (Alcoa), onde uma empresa promove o prêmio. Neste caso, o Conselho somente apoia/chancela o evento.
 - Prêmios promovidos por fundações ou institutos; entidades (IAB, SAERGS) – baseado em categorias profissionais <https://www.archdaily.com.br/br/887592/votacoes-abertas-para-o-premio-archdaily-building-of-the-year-2018>.
 - Talvez fazer aproximação com as entidades.

Encaminhamentos:

1. Aprovar, no Conselho Diretor, e demais instâncias necessárias, a adoção das diretrizes para eventos baseadas na classificação proposta, especialmente no caso do item **Eventos Especiais** (para que sejam realizados maiores estudos).
2. Criar documentos orientativos para cada uma das classificações, estabelecendo papéis e padrões mínimos de organização para cada tipo de evento.
3. Elaborar estudos mais detalhados sobre o item “Eventos Especiais”.

**Proposta 5 - Criação do Fórum Consultivo de Estratégia de Comunicação**

Descrição: criação de uma instância consultiva, ligada à Comissão Especial de Comunicação e administrada pelas Gerências de Comunicação e de Planejamento, composta por Arquitetos e Urbanistas convidados, para, de modo voluntário e colaborativo, apoiar as definições estratégicas de Comunicação do CAU/RS.

Principais atividades executadas pela CTC:

- Realizado workshop com participantes selecionados pela CTC-CAU/RS, para coletar sugestões e propostas relacionadas com o modelo de comunicação a ser adotado pelo CAU/RS. Os resultados têm sido utilizados para embasar diversas ações da Gerência de Planejamento nos Projetos Estratégicos e Estruturantes, além de terem servido como base para as propostas do presente relatório.

Encaminhamentos:

1. Aprovar, no Conselho Diretor e demais instâncias, a criação do Fórum Consultivo de Estratégia de Comunicação do CAU/RS.
2. Estruturar o funcionamento do Fórum (processos, canais de comunicação, evento periódico).
3. Definir as agendas dos próximos Workshops.

**Proposta 6 - Gestão Estratégica de Campanhas de Comunicação**

Descrição: estabelecimento de diretrizes para Gestão de Campanhas de Comunicação, com base em formatos criados a partir dos objetivos desejados para cada campanha.

Principais atividades executadas pela CTC:

- Definição de 04 (quatro) modelos de Campanhas:
 - a. Campanha Educativa – Futurando a Arquitetura ou Arquitetando o Futuro:** ação permanente, de grande porte, a ser patrocinada pelo CAU e executada por terceiros. Ideia geral: dia em que estudantes de Arquitetura e Urbanismo vão até as escolas de Ensino Básico ou Médio fazer atividades lúdicas ou educacionais para disseminar a Arquitetura e Urbanismo. Entrada nas Universidades via Diretórios Acadêmicos (FeNEA). Atividade que pode ser incluída na Semana Acadêmica. A ideia de qual atividade seria pode vir dos Estudantes, pelo EREA (Encontro Regional dos Estudantes de Arquitetura), ENEA (Encontro Nacional dos Estudantes de Arquitetura) e ELEA (Encontro Latino-Americano dos Estudantes de Arquitetura). Montar Projeto-Piloto. Secretaria de Educação. Poderia ser vinculada a algo como Prêmio Educação AU – projetos de educação.
 - b. Campanhas Contínuas & Publi-editoriais:** ações permanentes, voltadas para aspectos da atuação cotidiana do CAU/RS. De caráter completamente institucionais, com o intuito de valorizar a atuação do Conselho, podem envolver o uso de espaços para matérias onde o objetivo é divulgar o trabalho do Arquiteto e Urbanista. Falar mais sobre conceitos da profissão (em lugar de serviços que o CAU/RS realiza). Exemplos de temas: CAU Mais Perto, Plataforma da Gestão, Fiscalização, Selo RT, Caderno em Jornal.
 - c. Campanha Conceito:** campanha onde, a partir de um tema de Arquitetura e Urbanismo, se trabalha um determinado conceito, buscando consolidar determinado aspecto da imagem da profissão, com o intuito de valorizar a Arquitetura e Urbanismo. Exemplos: “Arquitetura Transforma”; “Faltou um Arquiteto aí”.
 - d. Campanha de Pautas do Momento:** temas que surgem a partir de eventos ou fatos externos (positivos ou negativos). Elementos que envolvem os Arquitetos e Urbanistas ao longo do ano (anuidades, renegociações). Representa o radar ligado.

Encaminhamentos:

1. Aprovar, no Conselho Diretor e demais instâncias, a proposta de modelos de Campanhas.
2. Criar o Calendário Anual para cada um dos modelos.

**Proposta 7 - Gestão Estratégica de Canais de Comunicação**

Descrição: estabelecimento de diretrizes para Gestão Estratégica dos Canais de Comunicação, a partir da escolha de usos de cada canal de acordo com objetivos e público-alvo.

Principais atividades executadas pela CTC:

- Foram levantadas informações sobre a forma de gestão atual dos canais:
 - Meios e/ou canais mais usados hoje;
 - Vantagem de um sobre o outro;
 - Público-alvo x público atingido;
 - Relação custo-benefício.

- Foram definidos:
 - Segmentos:
 - a) Arquitetos e Urbanistas (segmentados a partir da natureza das diferentes iniciativas);
 - b) População em geral/leigos;
 - c) Relações Institucionais (Poder Público, em diferentes esferas, e Entidades).
 - Canais:
 - Segmentos **a** e **b**: Site, Redes Sociais, News, Ouvidoria, Telefone, *WhatsApp*, E-mail, Atendimento, CAU Mais Perto, Eventos;
 - Segmento **c**: Chefia de Gabinete, CEAU, Jurídico, CPUA.

- Relacionamentos Estratégicos:
 - Segmentos **a** e **b**: Conversar e Ouvir.
 - Segmento **c**: Informar, Esclarecer e Educar.

Encaminhamentos:

1. Validar, no Conselho Diretor e demais instâncias, a proposta de modelos de Campanhas. Esta proposta é, em sua essência, operacional.

**Proposta 8 – Comunicação Interna**

Descrição: estabelecimento de estruturas e processos de Comunicação Interna.

Principais atividades executadas pela CTC:

Definida e necessidade de informar os empregados sobre as ações, campanhas, reuniões, editais, atividades de Comissões, andamento das propostas da Plataforma de Gestão e eventos, a fim de que tenham conhecimento do que está ocorrendo.

Encaminhamentos:

- 1) Informação ao Conselho Diretor e demais instâncias. Esta proposta está contemplada no Programa de Desenvolvimento Organizacional (estruturante), que está sendo conduzido pelas Gerências de Planejamento e Administrativa.

**Proposta 9 - Clube de Benefícios**

Descrição: criação de mecanismo para divulgar serviços e produtos que ofereçam vantagens para Arquitetos e Urbanistas.

Principais atividades executadas pela CTC:

Encaminhamento para avaliação do modelo de Clube de Serviços do CRA/RS, onde os profissionais, para ter acesso às vantagens, devem apresentar, nos conveniados, a carteira de identidade profissional, além de estar em dia com o pagamento das respectivas anuidades.

Encaminhamentos:

- 1) Informação ao Conselho Diretor e demais instâncias. Esta proposta está sendo avaliada pela Gerência Jurídica e pelas Gerências Geral e de Planejamento. Já existem contatos em andamento e agendas de visitas técnicas para conhecimento do modelo.

**Proposta 10 – Criação de Protocolo para Representações do CAU/RS em Formaturas**

Descrição: criação de um protocolo mínimo para padronizar e qualificar a participação do CAU/RS em formaturas.

Principais atividades executadas pela CTC:

Discussão de ações que podem ser realizadas em formaturas, bem como processos que podem ser adotados pelo Conselho para aumentar a proximidade com os Estudantes.

Encaminhamentos:

- 1) Informação ao Conselho Diretor e encaminhamento para a Comissão de Ensino e Formação.
- 2) Elaboração de Protocolo Mínimo.
- 3) Existem contatos em andamento e agendas de visitas técnicas para conhecimento de modelos de funcionamento de Conselhos profissionais que fornecem Carteiras de Estudante aos alunos de graduação, com o objetivo de criar laços com os futuros profissionais ainda durante a sua formação.

Proposta 11 – Criação de Painel de Indicadores

Descrição: criação de um conjunto de indicadores para avaliar o andamento das atividades da Gerência de Comunicação e o Plano Estratégico de Comunicação.

Principais atividades executadas pela CTC:

Avaliação de indicadores de resultados das primeiras ações realizadas pela Gerência de Comunicação.

Encaminhamentos:

- 1) Informação ao Conselho Diretor e demais instâncias.
- 2) Criar Painel de Indicadores, englobando, além dos já apresentados para mídias sociais, outros relativos aos processos do setor.

**ANEXOS**

1. Resultado do Workshop de Planejamento Participativo;
2. Modelo de Negócio;
3. Plano Estratégico de Comunicação.

Nº de reuniões realizadas: 08**Comissão:** Matias Revello Vázquez (Coordenador), Vinícius Vieira de Souza (Coordenador Adjunto) e Deise Flores Santos (Membro).**Equipe:** Luciano Oliveira (Gerente de Comunicação), Gelson Luiz Benatti (Gerente de Planejamento), Marcele Acosta (Coordenadora de Comunicação) e Carla Lago (Secretária Executiva).

Porto Alegre – RS, 18 de julho de 2018.

MATIAS REVELLO VÁZQUEZ

Coordenador

VINÍCIUS VIEIRA DE SOUZA

Coordenador Adjunto

DEISE FLORES SANTOS

Membro
