SÚMULA
3ª REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA DA CTC-CAU/SC

1. LOCAL E DATA:

DATA: 21/11/2017	LOCAL: Sede do CAU/SC	HORÁRIO: 09h15min às 12hs

2. DADOS GERAIS:

PARTICIPANTES	Everson Martins	Coordenador
	Rodrigo Kirck	Coordenador Adjunto
	Patrícia Figueiredo Sarquis Herden	Membro Titular
ASSESSOR	Ricardo de Freitas	
SECRETÁRIO	Bruna Porto Martins	
CONVIDADO	Romina Trebbi (Agência 9 mm)	
	Gisele Bueno (Assessora de Comunicação – CAU/SC)	

3. ROTEIRO DOS TRABALHOS:

1. **Abertura dos trabalhos:**
   1.1. 1ª chamada às 09h;
   1.2. 2ª chamada às 09h15min.
2. **Verificação do quórum:**
   a. Membros presentes;
3. **Comunicados dos Conselheiros Membros da Comissão.**
4. **Leitura de extrato de correspondências expedidas ou recebidas.**
5. **Assuntos extrapauta.**
6. **Discussão dos assuntos da pauta:**
   6.1 Planejamento do mapeamento de processo de comunicação;
   6.2 Apresentação pela Agência 9mm da proposta e conteúdo para Campanha do Dia do Arquiteto.
7. **Apreciação de assuntos extrapauta.**
8. **Deliberações.**

3.1. EXTRAPAUTA:

Não houve.

4. ORDEM DO DIA:

4.1	MATÉRIA	Planejamento do mapeamento de processo de comunicação (Item 6.1 da pauta).
	FONTE/SOLICITANTE	
	RELATOR/RESPONSÁVEL	Everson Martins
	ENCAMINHAMENTO	A comissão efetuou análise da devolutiva da empresa SAVANNAH sobre o Planejamento Estratégico de Comunicação para elaboração do "Manual de Procedimentos" de comunicação do CAU/SC (fluxograma

		de comunicação) e verificou que alguns elementos deveriam ser alterados com base no novo Regimento Interno. Posteriormente, a comissão deliberou por solicitar à empresa SAVANNAH o envio do arquivo editável, para atualização e posterior "esboço" do fluxograma a fim de se tornar "entendível" pelos "geradores".

4.2	MATÉRIA	Apresentação pela Agência 9mm da proposta e conteúdo para Campanha do Dia do Arquiteto (Item 6.2 da pauta)
	FONTE/SOLICITANTE	
	RELATOR/RESPONSÁVEL	Everson Martins
	ENCAMINHAMENTO	A publicitária Romina Trebbi apresentou duas propostas cuja a finalidade era mostrar que o Arquiteto e Urbanista se faz presente no dia-a-dia das pessoas. A primeira delas trouxe a imagem de um profissional com metade do corpo vestida de terno e a outra metade, com shorts e tênis, mesclando ambiente corporativo com o de prática esportiva, o qual trazia o seguinte texto: *"O Arquiteto e Urbanista está presente no seu dia-a-dia: do seu ambiente de trabalho ao seu momento de lazer"*; *"Seja na ambientação de uma sala de estar ou na construção de um espaço público, a presença de um Arquiteto e Urbanista é indispensável. Com seu trabalho, pensamento e talento, ele transforma a cidade em um cenário cada vez mais democrático e surpreendente".* O Coordenador Everson e a membro titular, Arquiteta e Urbanista Patrícia solicitaram um maior destaque para o texto: *"15 de dezembro. Dia do Arquiteto e Urbanista".* A publicitária Romina apresentou *post* (anúncio), com o seguinte texto de apoio: *"Em Santa Catarina, são, aproximadamente, 8.000 Arquitetos e Urbanistas com registros ativos e prontos para atenderem qualquer tipo e tamanho de necessidade. Seja na ambientação de uma sala de estar ou na construção de um espaço público, a presença desse profissional é indispensável".* Sugeriu a retirada da tarja: *"Presente do bem-estar do seu lar ao conforto da praça"* e deixar somente a frase em referência ao Dia do Arquiteto e Urbanista. A Arquiteta e Urbanista Patrícia propôs que o *post* deveria usar imagem de um projeto em vez do gráfico apresentado. Logo após, a publicitária Romina apresentou a segunda proposta, com a imagem de profissional vestido com traje social e outras imagens ao fundo, com o seguinte texto: *"Mais que criar espaços, Arquitetos e Urbanistas transformam vidas"* e *"Seja na ambientação [.....] cada vez mais democrático".* A Arquiteta Patrícia solicitou que a imagem relativa à primeira proposta fosse mais *"clean"*, sugerindo a retirada do fundo e aumentando a fonte da frase: *"15 de dezembro. Dia do Arquiteto e Urbanista".*

		Em seguida apresentou o Planejamento de Mídia da Campanha, destacando o *briefing;* a proposta de *Mídia* do Grupo *RICTV Record (*Televisão: *Record NewsSC, RICTV SC e* jornal impresso*: Notícias do Dia).* Expôs também a mídia avulsa de 30'' (trinta segundos); proposta impresso e resumo da mídia (investimento total de veiculação de R$ 74.847,65 – setenta e quatro mil, oitocentos e quarenta e sete reais e sessenta e cinco centavos e o investimento total negociado de R$ 18.000 – dezoito mil reais). Apresentou também a proposta da NSC TV, destacando que, neste caso, seria necessária a produção de material e que seus valores eram referentes à divulgação de 15" (quinze segundos). A publicitária Romina também expôs o cronograma relativo à divulgação da campanha por meio de jornal (Diário Catarinense), destacando algumas de suas características, quantidade de exemplares impressos, sugestão de anúncio e investimento negociado: R$ 7.507,50 (sete mil, quinhentos e sete reais e cinquenta centavos). Ainda com relação ao cronograma, destacou a seleção de algumas emissoras de rádio para divulgação da campanha, com os totais de inserções e investimentos de cada uma delas. No tocante à *Web,* apresentou o *branded content* (*banners* online*)* no *Home do G1/SC e Gshow/SC,* com investimento de R$ 4.495,00 (quatro mil, quatrocentos e noventa e cinco reais); veiculações nos portais *DC.com (banner interstitial*, com treze mil, quatrocentas e vinte e sete impressões*); An.com (banner billboard,* com sete mil, seiscentas e trinta e duas impressões) e *Santa.com (b*anner *interstitial*, com sete mil, trezentas e trinta e sete impressões), totalizando vinte e oito mil, trezentas e noventa e cinco impressões e investimento negociado em R$ 1.008,20 (hum mil e oito reais e vinte centavos). Além dessas mídias digitais, a publicitária Romina mostrou dados referentes ao *Facebook,* com verba sugerida em R$ 300,00 (trezentos reais); Linkedin, com verba de igual valor e resumo do investimento, sendo no cenário 01, um total de R$ 55.391,30 (cinquenta e cinco mil, trezentos e noventa e um reais e trinta centavos); no cenário 02, R$ 21.644,30 (vinte e um mil, seiscentos e quarenta e quatro reais e trinta centavos) e no cenário 03, R$ 24.103,20 (vinte e quatro mil, cento e três reais e vinte centavos). O Coordenador Everson solicitou a retirada de conteúdo do site do *G1/SC* e a inclusão na rádio. Restou acordado que até sexta-feira próxima (vinte e quatro de novembro), a Agência 9 mm encaminharia as três versões da Campanha, a qual, até segunda-feira (vinte e sete de novembro), será analisada e definida pelos membros da CTC-CAU/SC. A publicitária Romina apresentou as três propostas de *layout* para o Relatório de Gestão. Após discussão, foi definido por adotar a "linha 02"e solicitada

		a inclusão de uma figura feminina, em alusão às duas gestões; também que os rostos das figuras não fossem tão "marcantes"; maior uso da silhueta; inserção do texto *"Rumo aos 10 anos"* junto à logomarca; texto que explicite as duas gestões (2012/2013/2014; 2015/2016 e 2017). Por fim foi solicitada a alteração do texto: de *"projetos, ações e reconhecimento"* para: *"projetos, ações e conquistas".*

5. ENCERRAMENTO:

Às 12h do dia 21 de novembro de 2017, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a Reunião da Comissão Temporária de Comunicação do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Santa Catarina.

Florianópolis, 21 de novembro de 2017.

Everson Martins
Coordenador

Rodrigo Kirck Rebêlo
Coordenador Adjunto

Patrícia Figueiredo Sarquis Herden
Membro Titular

Bruna Porto Martins
Secretária