



REDE DE COMUNICADORES

CÂMARA BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO (CBIC)

◎ OBJETIVO DO TRABALHO

Identificar as práticas de Comunicação dos profissionais que fazem parte da rede de comunicadores da construção civil no Brasil. Os dados subsidiarão o aprimoramento de políticas de Comunicação da CBIC e a criação de novas formas de relacionamento nessa rede da construção.

◎ AMOSTRA

Foram ouvidos 50 comunicadores das Entidades associadas à CBIC, em todo o Brasil. Em 15 UFs, foi entrevistado uma entidade associada: AC, AL, AM, AP, CE, MA, MT, MS, PA, PB, PI, RN, RR, RO, TO. Em 6 UFs, foram entrevistados duas entidades associadas: BA, ES, GO, PE, SC, SE. Em uma UF, 3 entidades associadas: RJ. Em 5 UFs ,foram entrevistados 4 entidades DF, MG, PA, RS e SP.

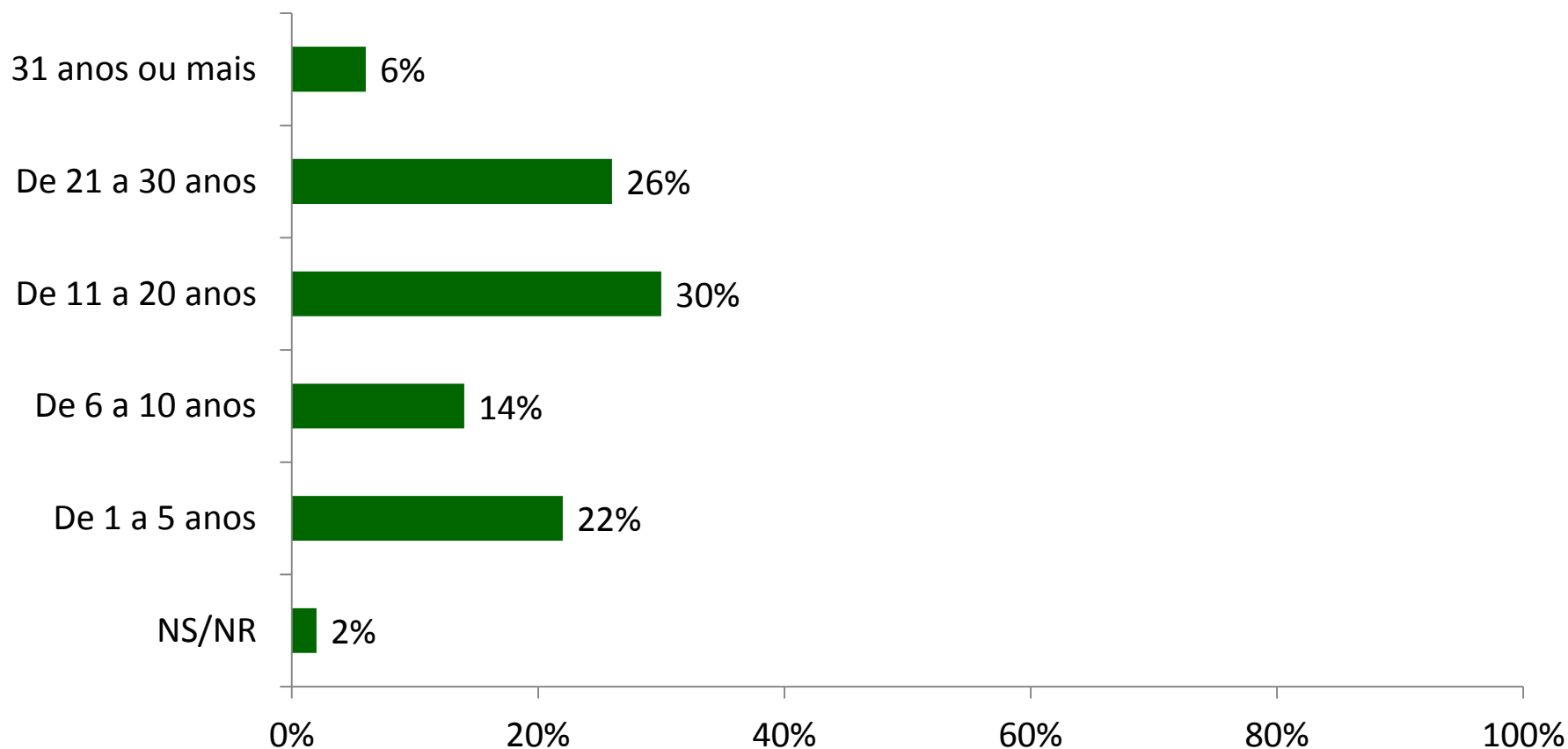
◎ COLETA DE DADOS

As entrevistas foram feitas, por telefone, por pesquisadoras experientes nesse tipo de pesquisa. Todas elas também comunicadoras. O tempo médio de entrevista foi de 20 minutos.

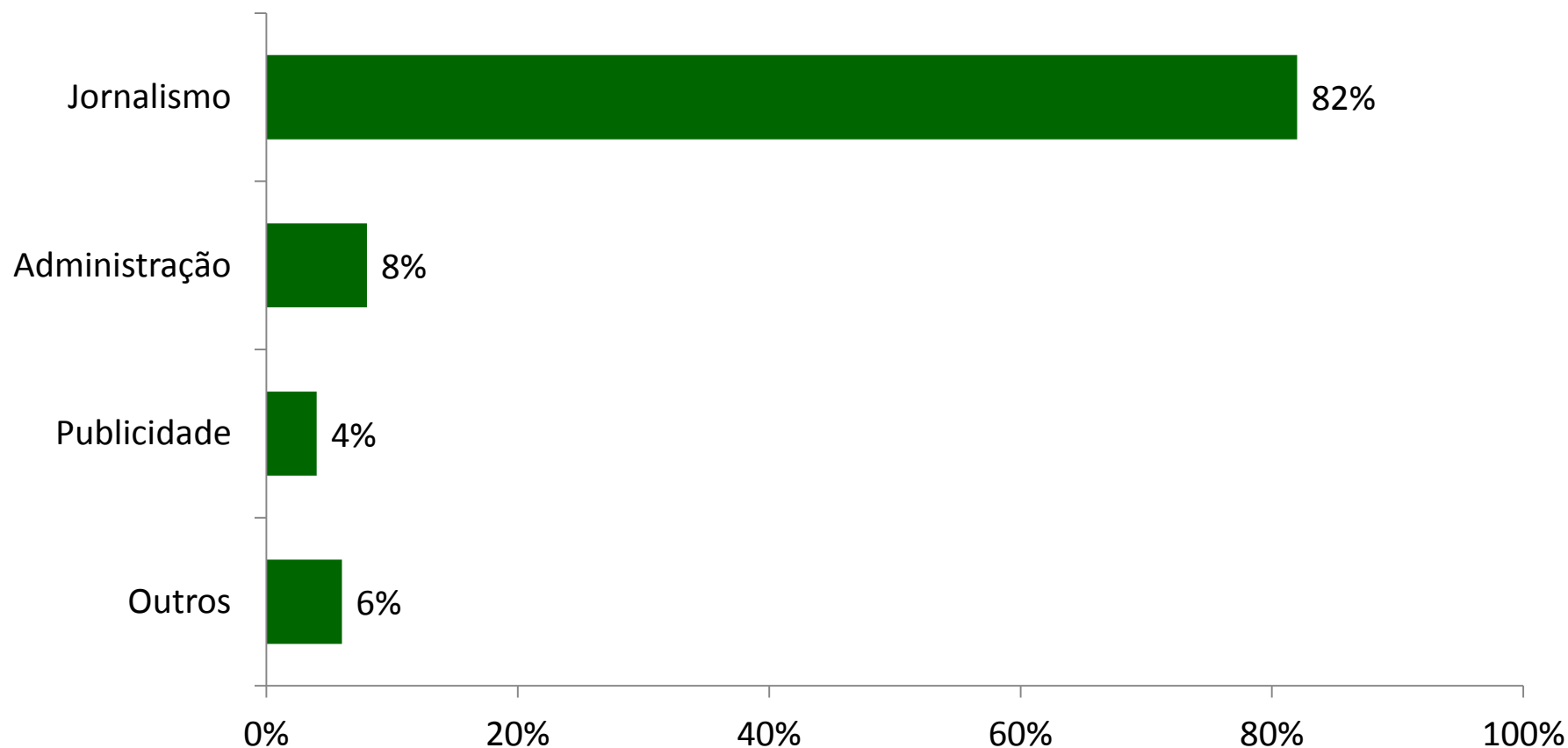


Perfil Profissional

Desde que ano você atua como profissional de Comunicação? (Espontânea, n=50)

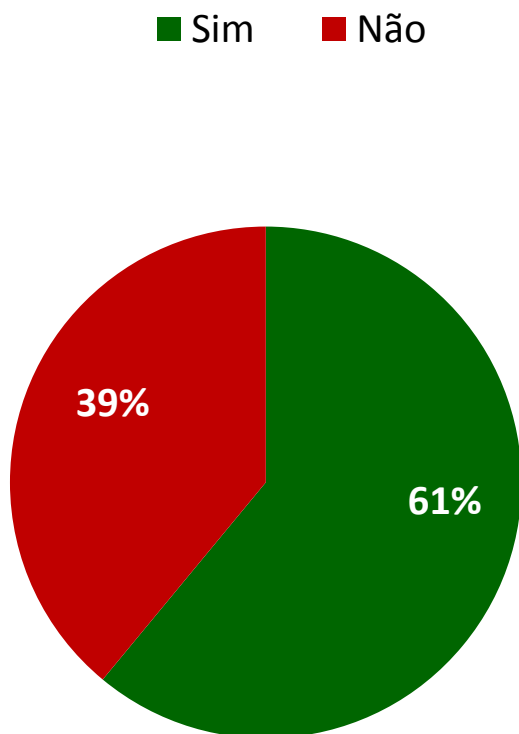


Que curso de graduação você fez?
(Espontânea, n=50)

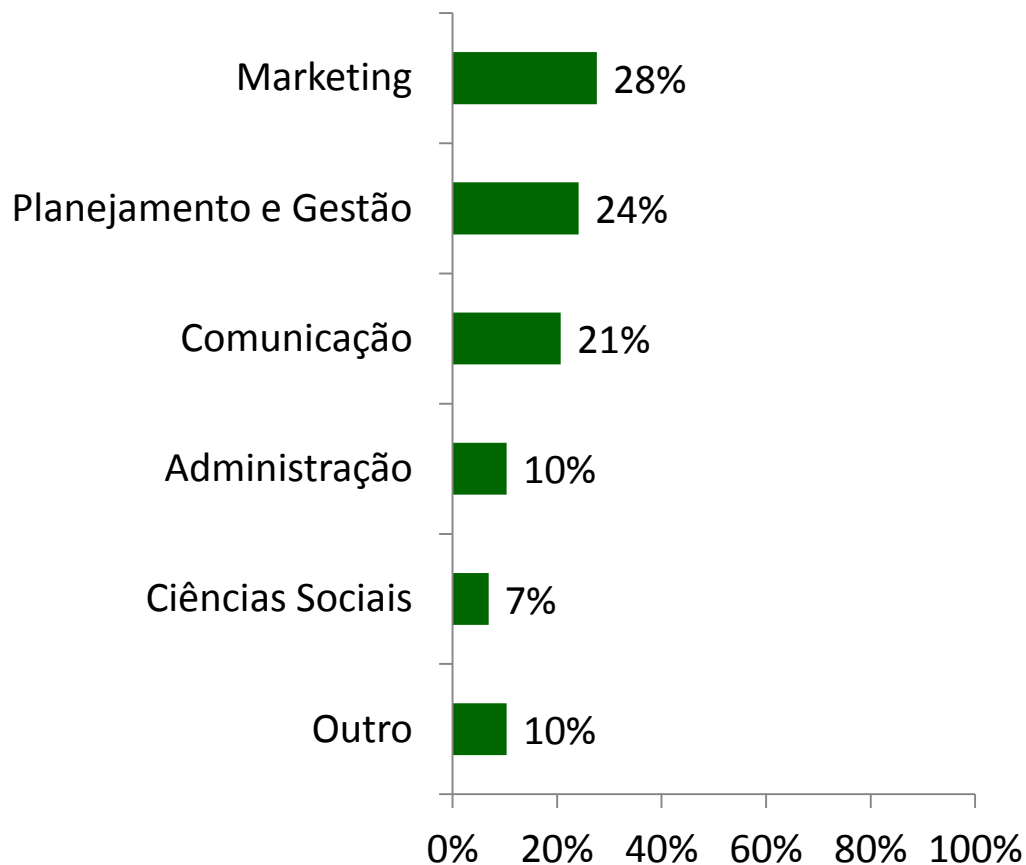


61% dos profissionais têm pós-graduação

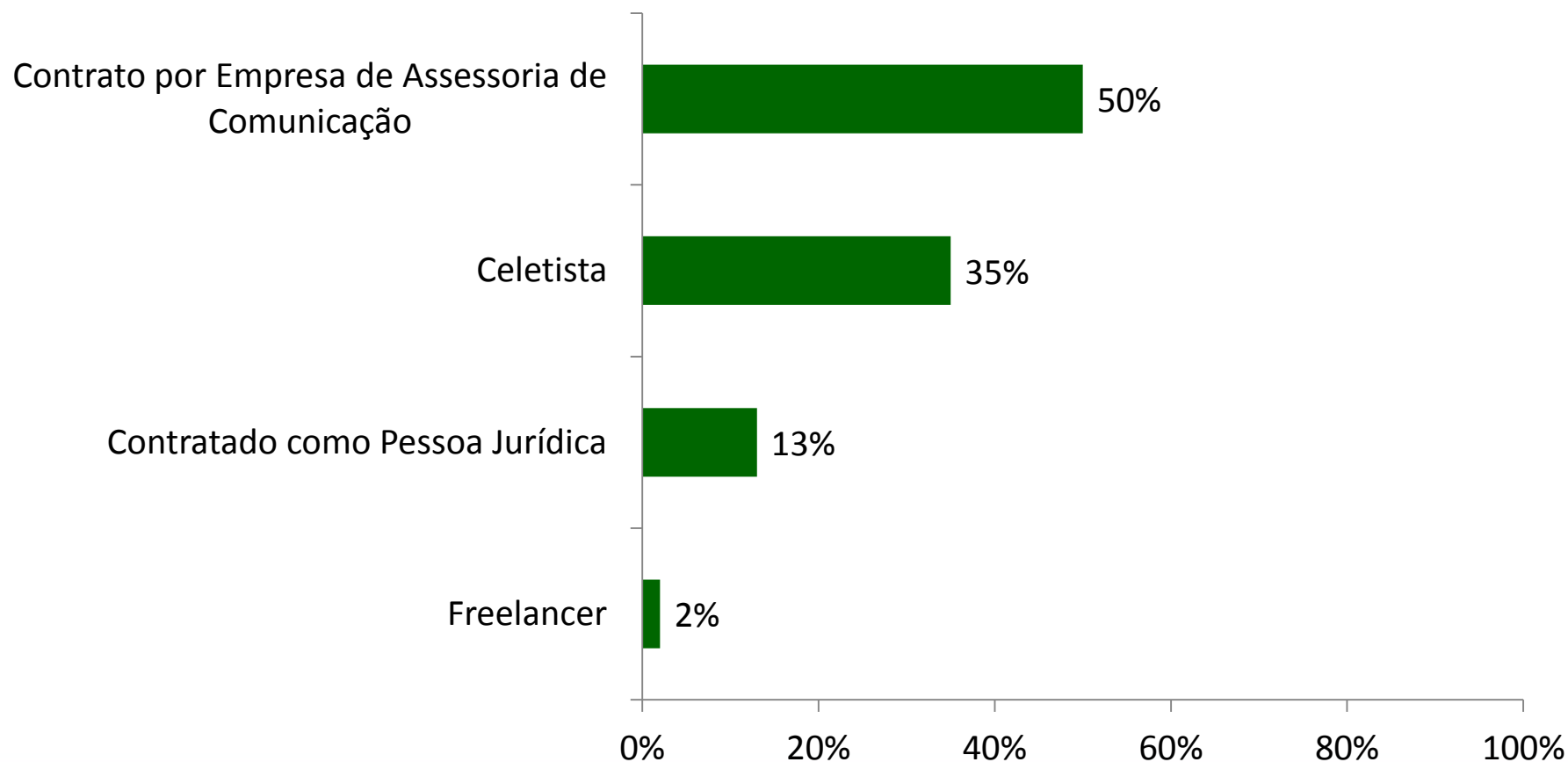
Fez pós-graduação?
(Espontânea, n=50)



Se sim, em que área?
(Espontânea, n=29)

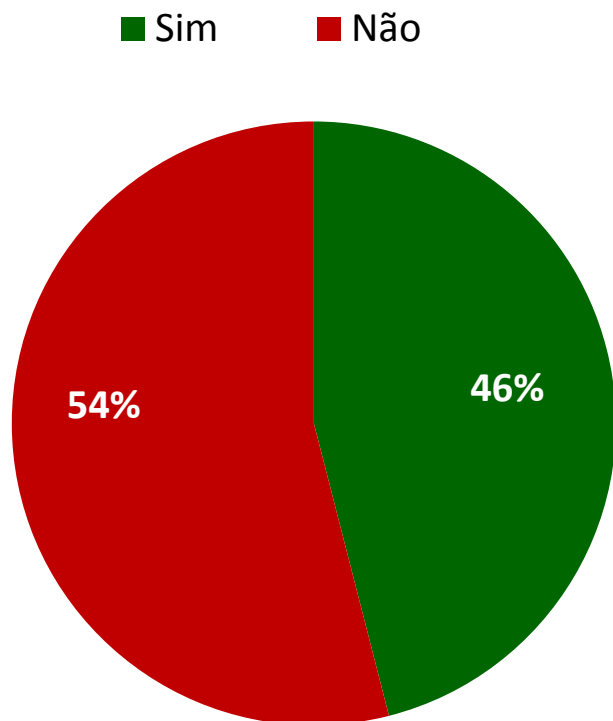


Qual a sua relação contratual com a Entidade? (Estimulada, n=50)

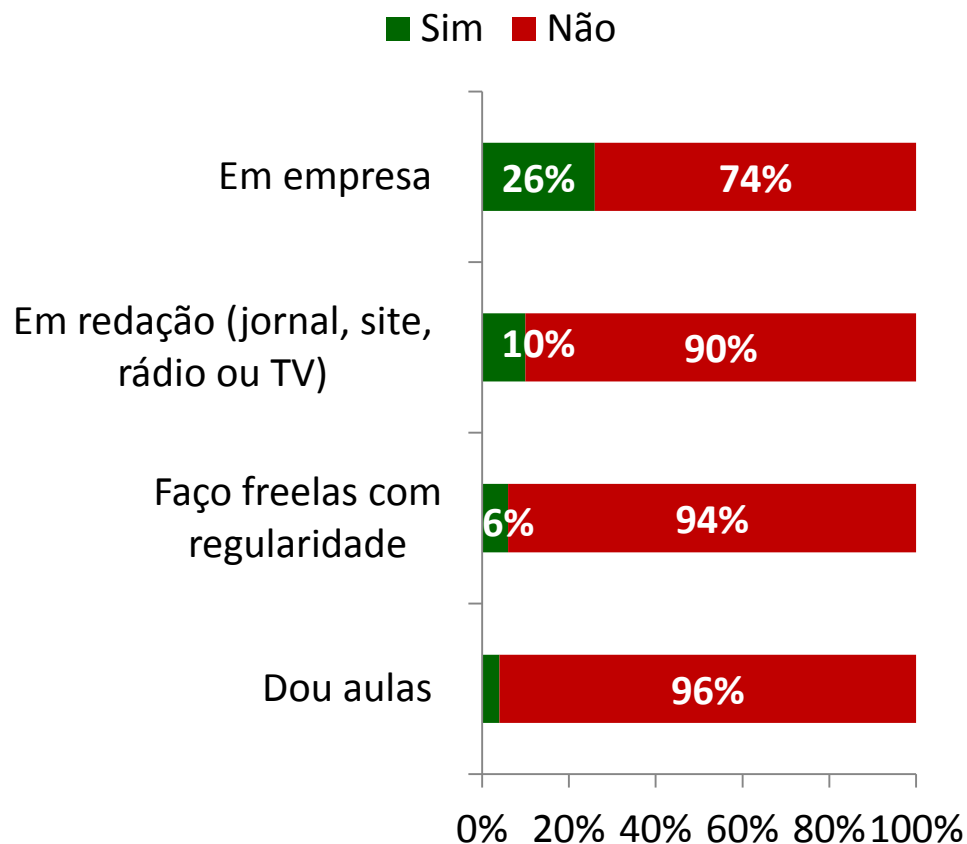


46% dos entrevistados têm outro emprego além do da entidade

**Você tem outro emprego ou trabalho regular,
além do trabalho na entidade?**
(Espontânea, n=50)

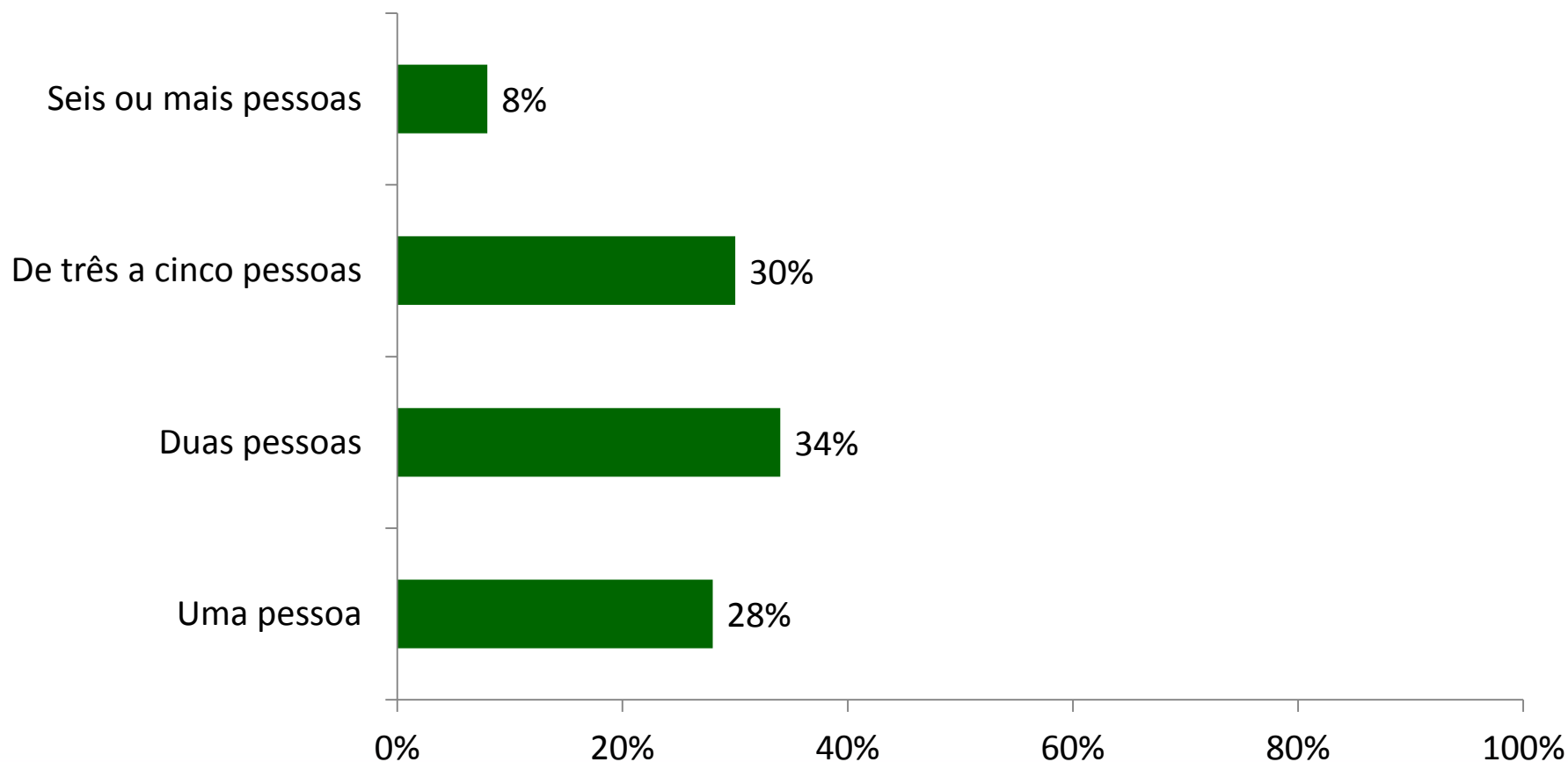


**Se sim, qual(is) outro(s) emprego(s)
e/ou trabalho?**
(Espontânea, n=23)

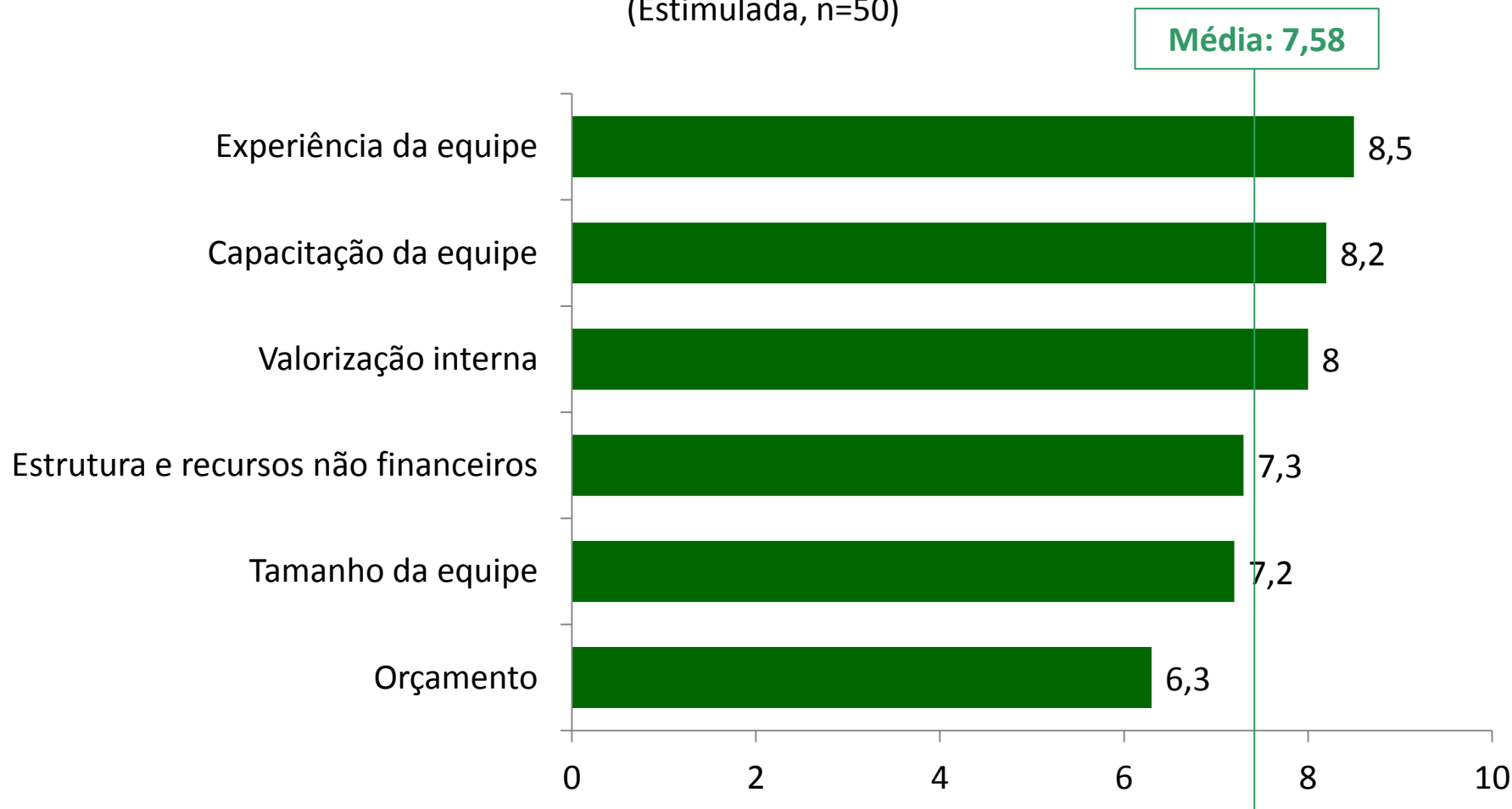


A estrutura da Comunicação

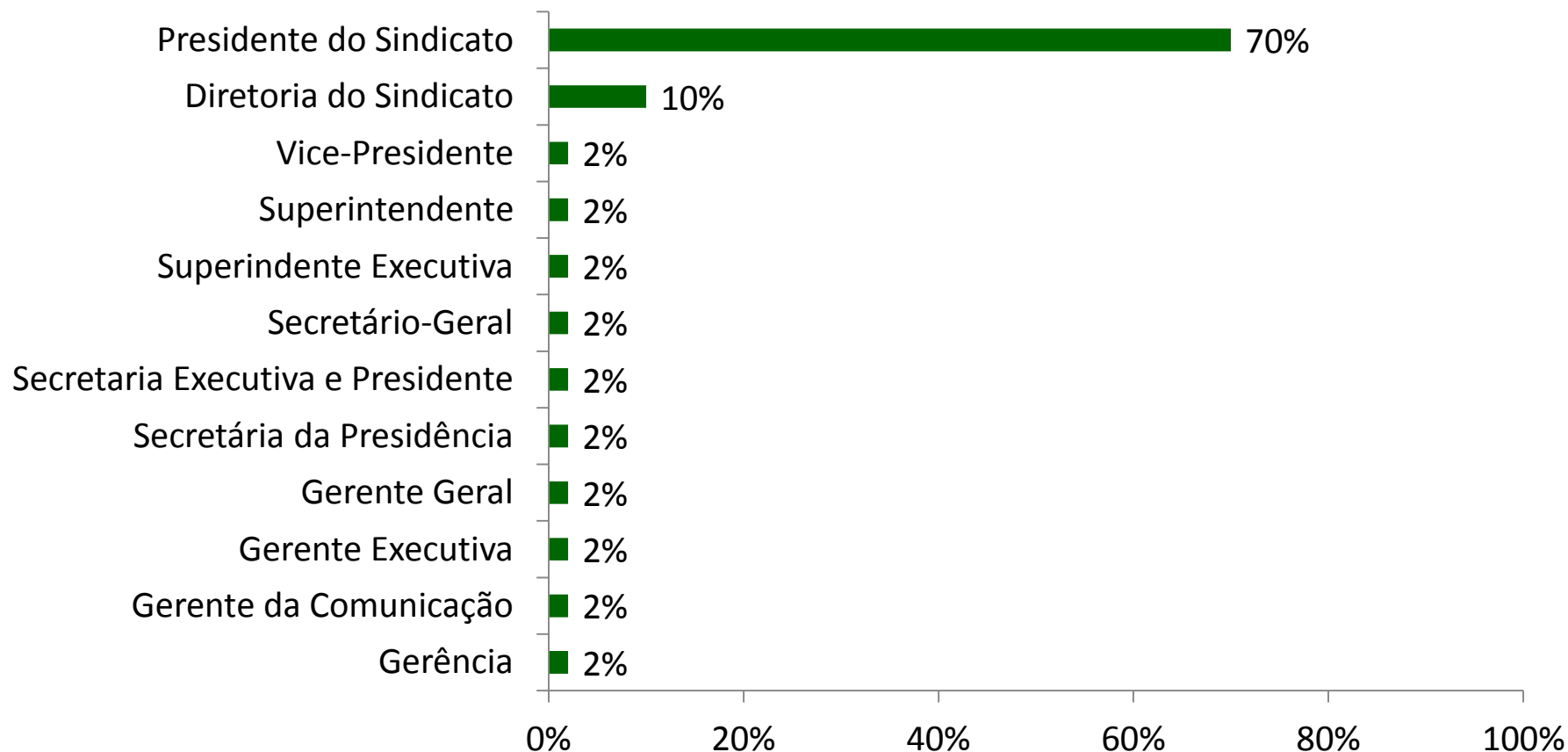
Qual é, atualmente, o número de funcionários na Comunicação da Entidade?
(Espontânea, n=50)



Atribua uma nota de 0 a 10 para as seguintes características da área de Comunicação na Entidade
(Estimulada, n=50)

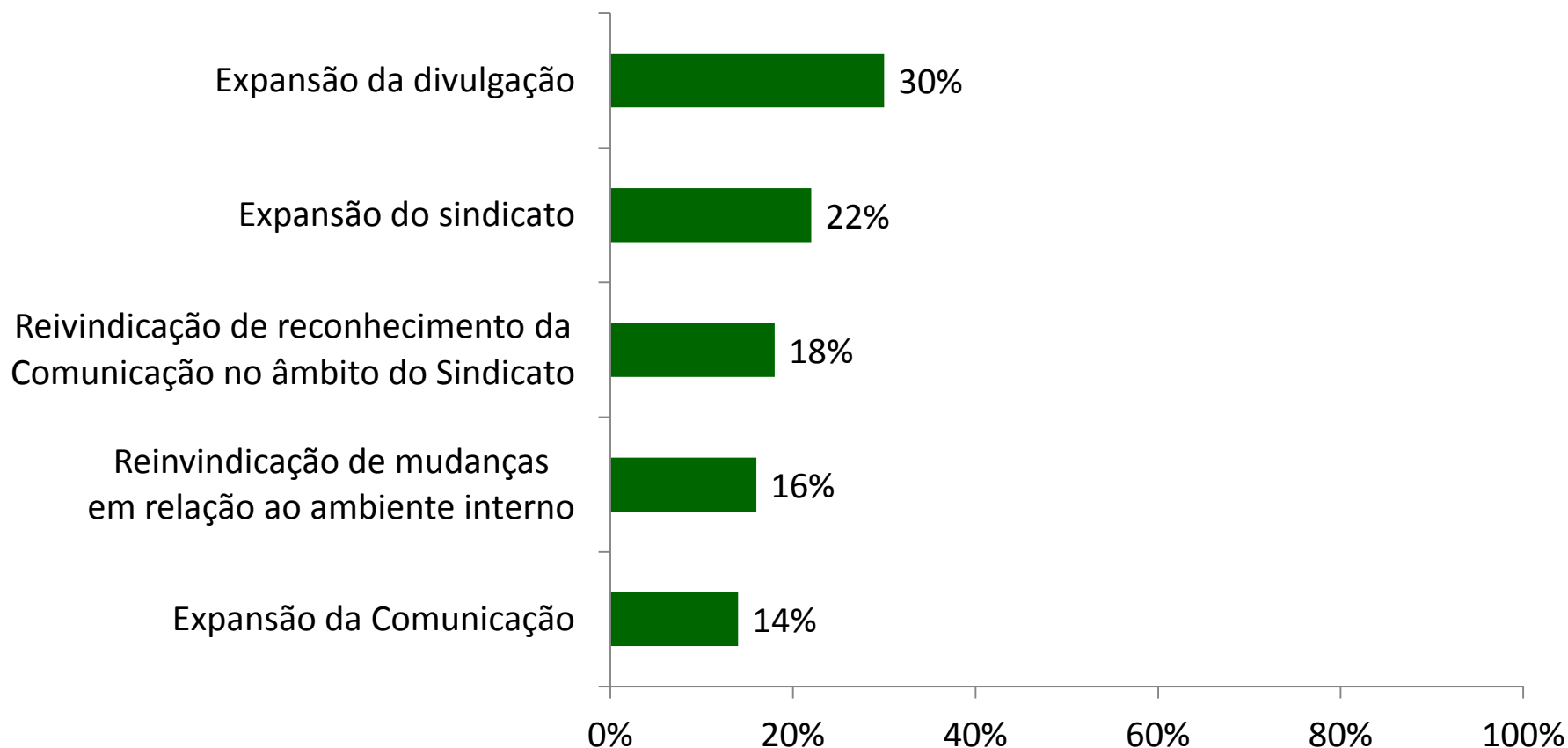


Como coordenador(a) da área de comunicação da entidade, a quem você se reporta diretamente?
(Espontânea, n=50)



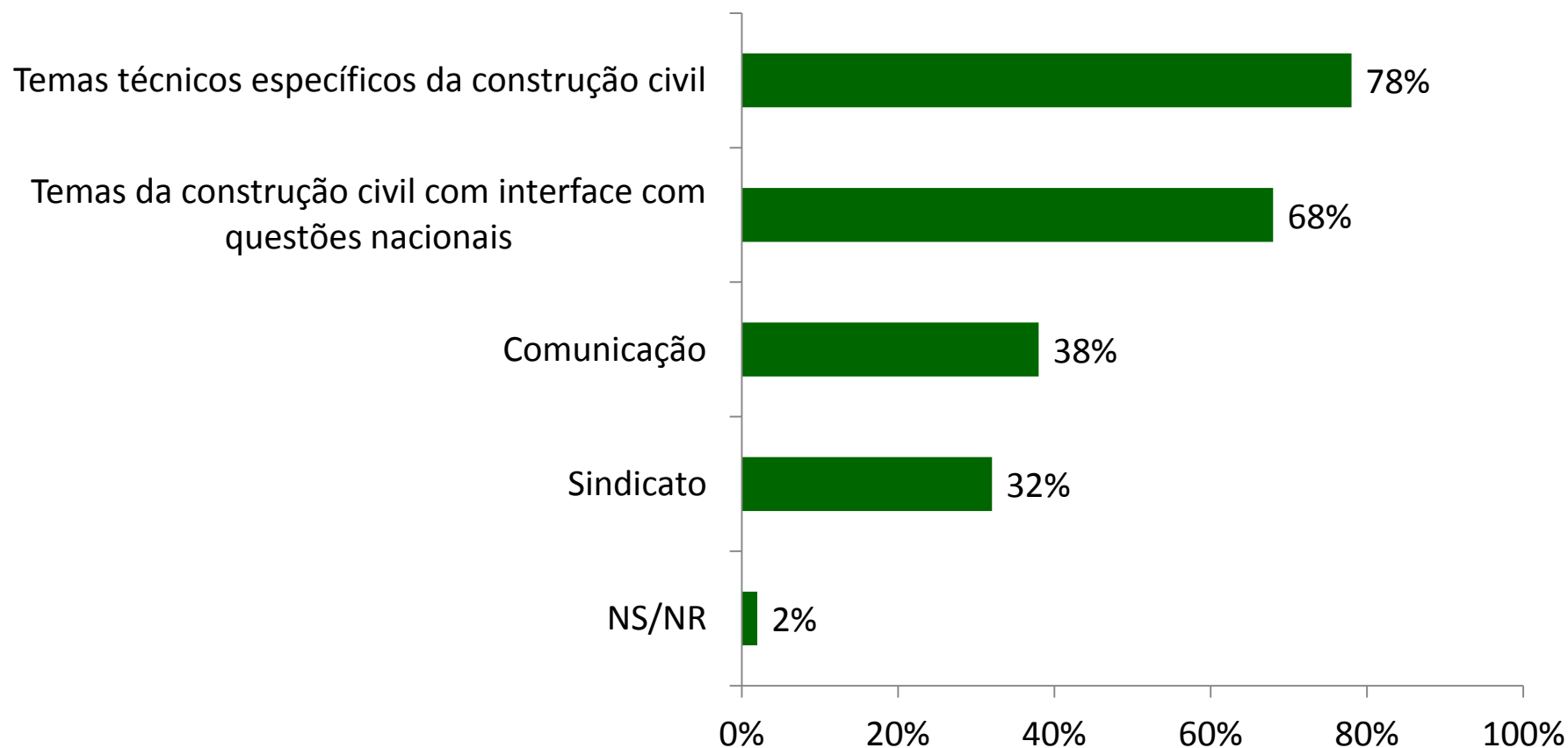
A visão de Comunicação

Pensando nos próximos dois anos, qual lhe parece ser o principal desafio da Comunicação para a Entidade?
(Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)



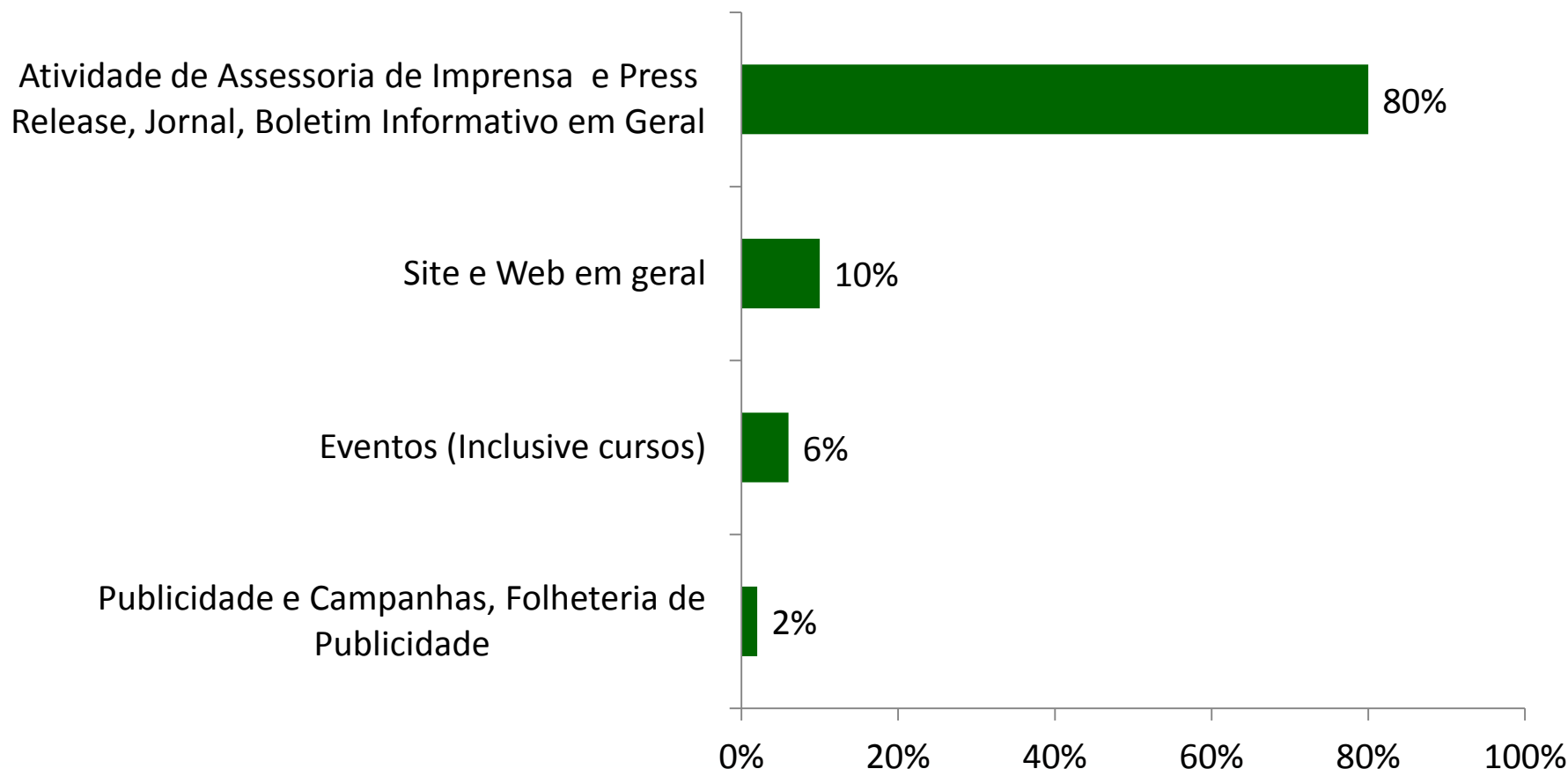
As atividades da Comunicação

Quais são os temas mais importantes e estratégicos para a Entidade atualmente?
(Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)

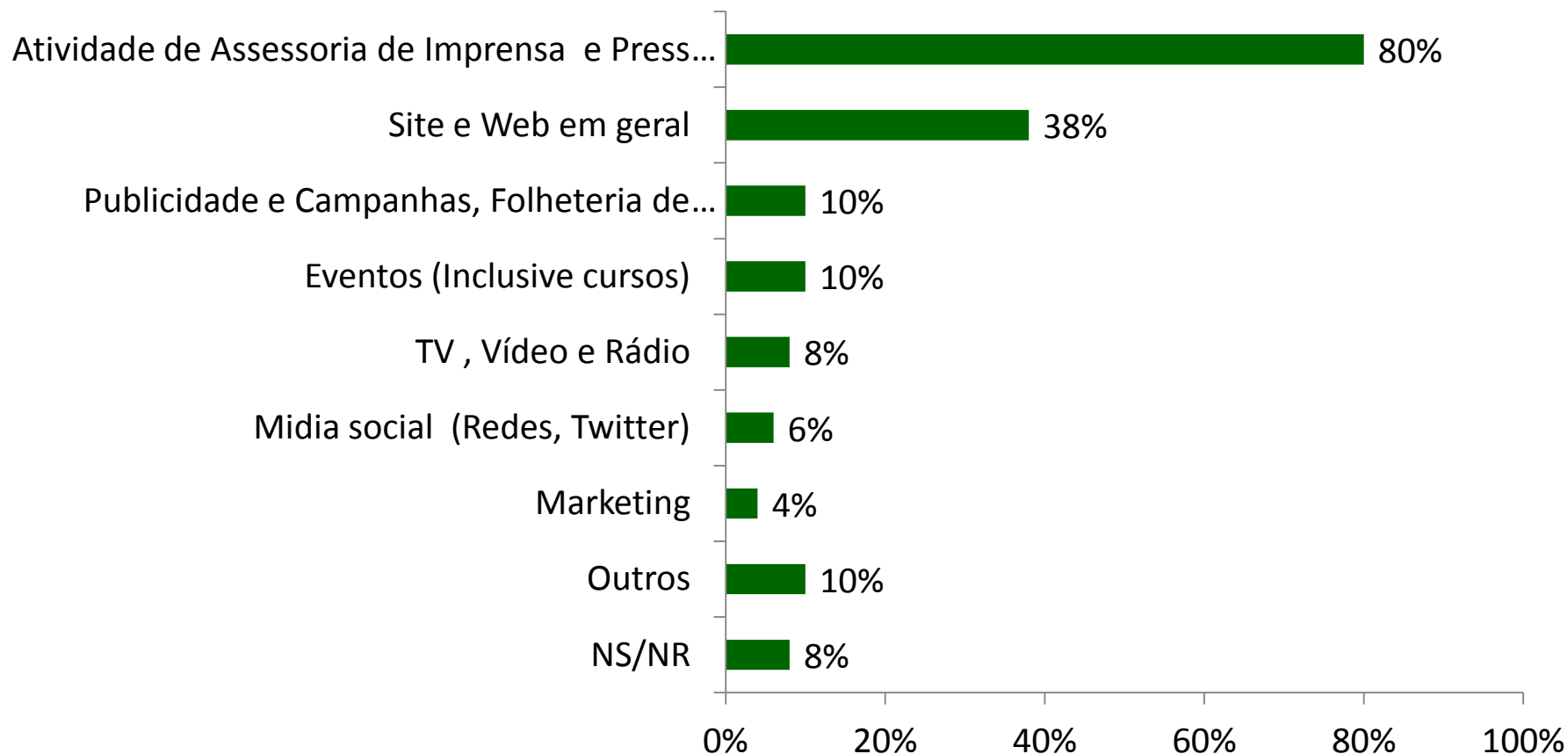


Quais os produtos que a área de Comunicação tem para cada um dos públicos da Entidade?

MÍDIA - (Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)

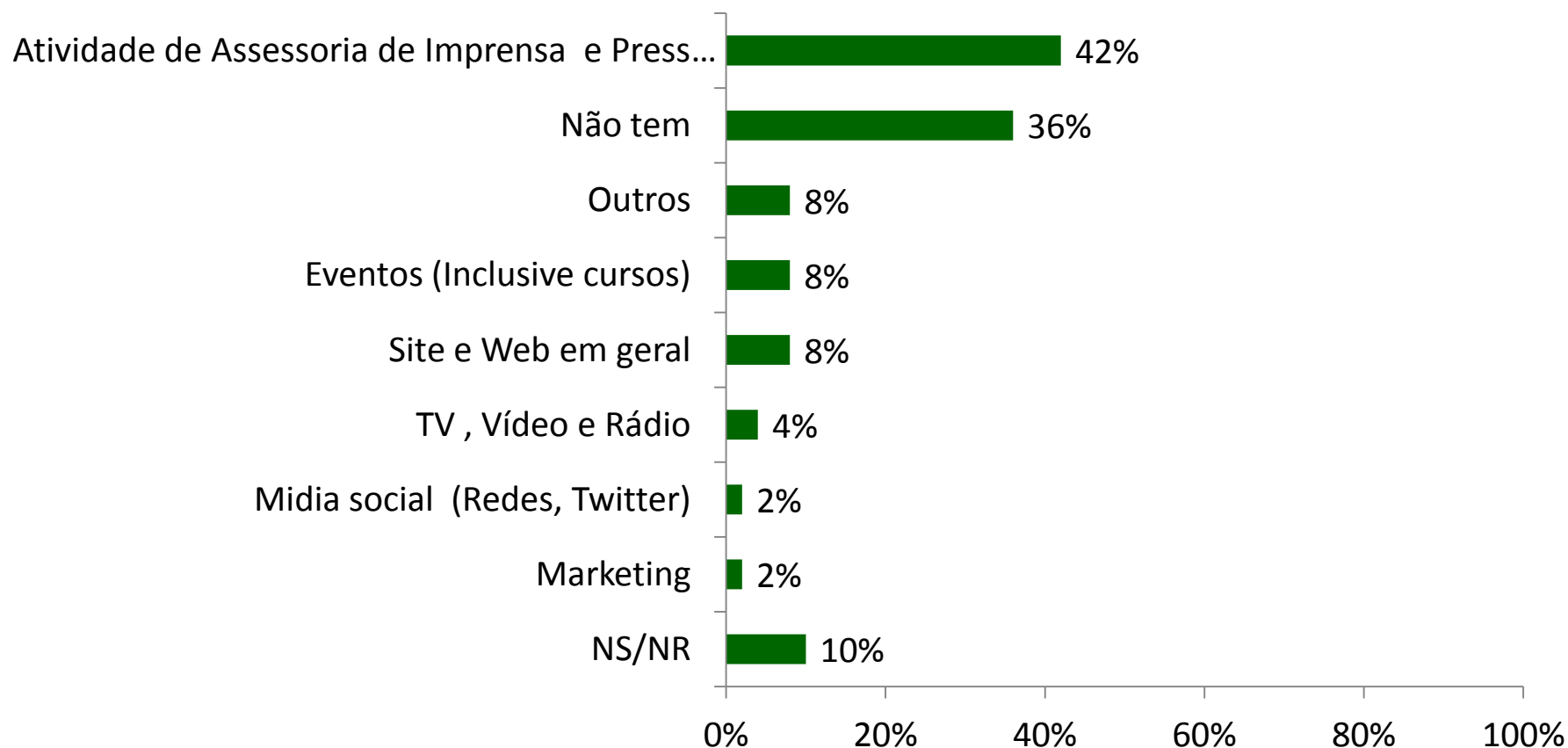


Quais os produtos que a área de Comunicação tem para cada um dos públicos da Entidade?
ASSOCIADOS - (Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)



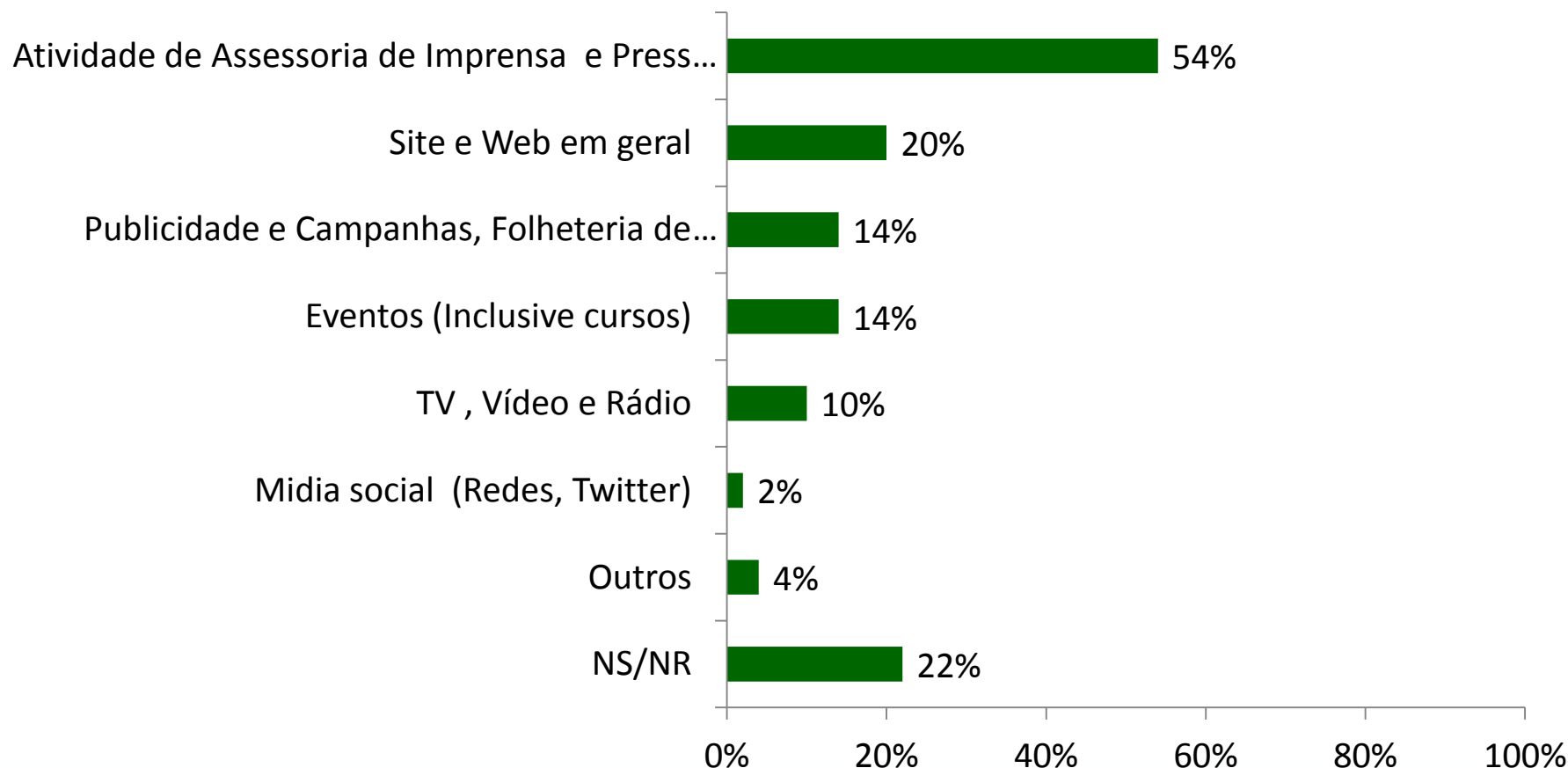
Quais os produtos que a área de Comunicação tem para cada um dos públicos da Entidade?

AUTORIDADES E GOVERNO - (Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)

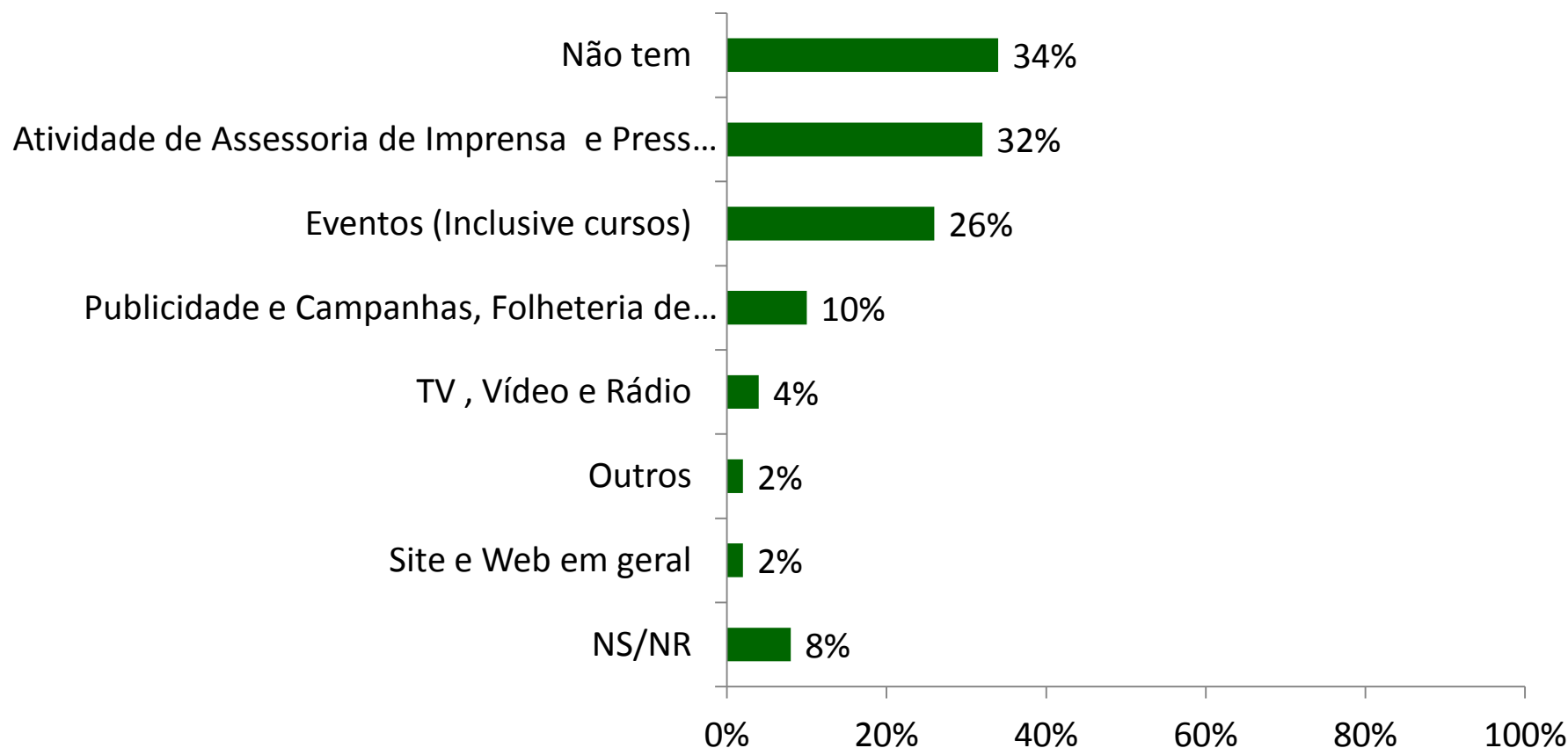


Quais os produtos que a área de Comunicação tem para cada um dos públicos da Entidade?

SOCIEDADE EM GERAL - (Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)

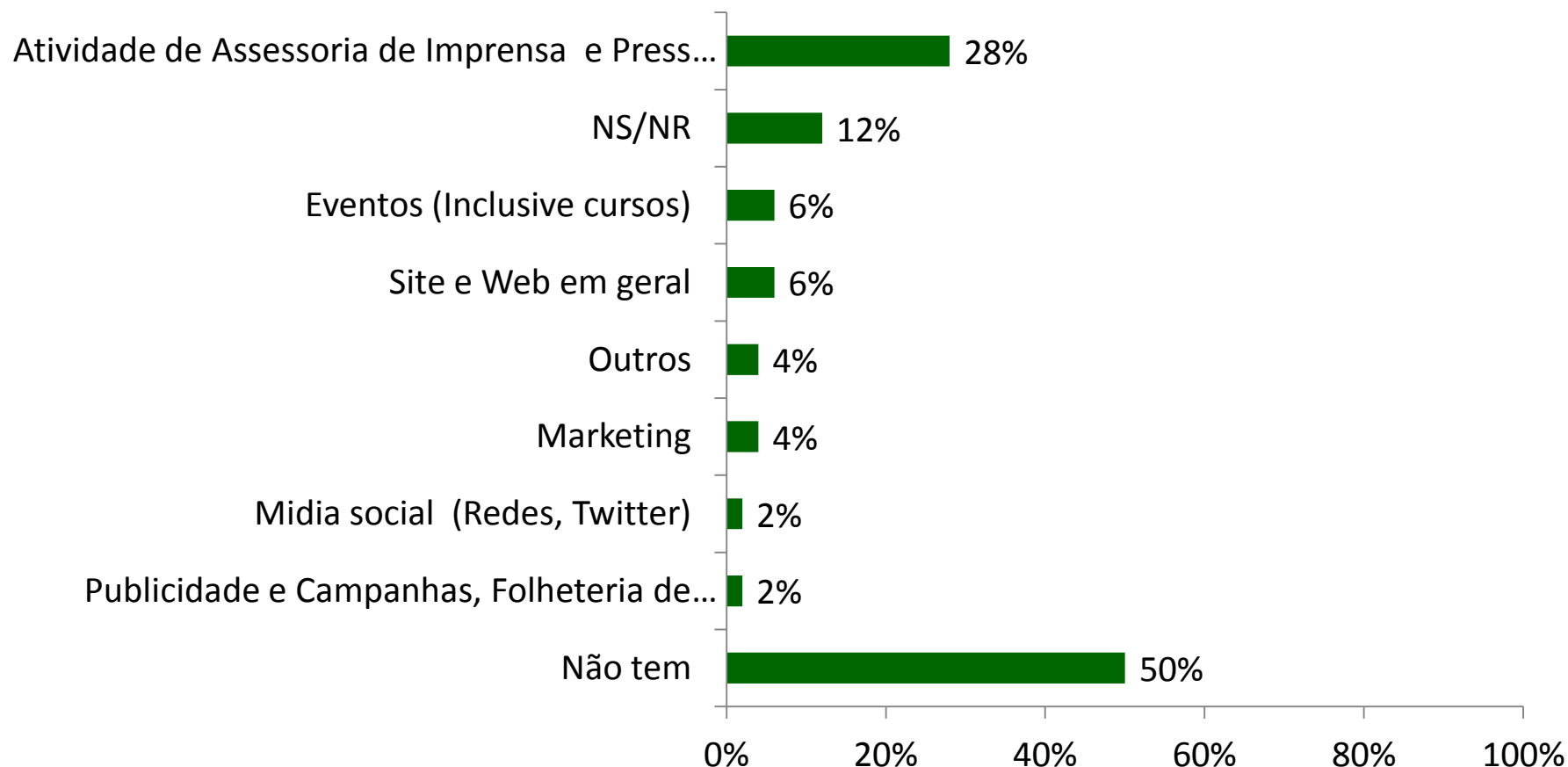


Quais os produtos que a área de Comunicação tem para cada um dos públicos da Entidade?
TRABALHADORES DO SETOR - (Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)

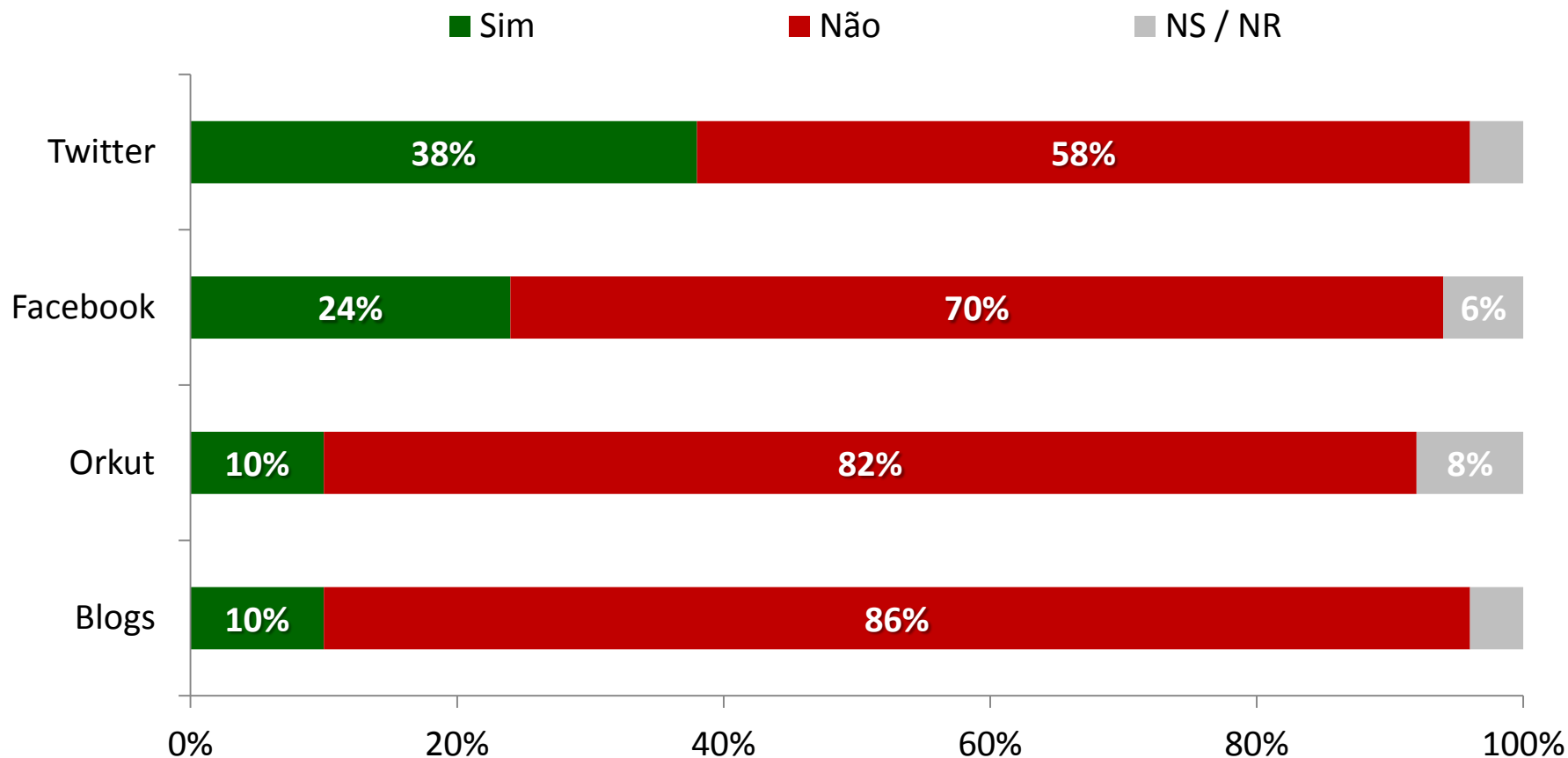


Quais os produtos que a área de Comunicação tem para cada um dos públicos da Entidade?

PARCEIROS - (Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)

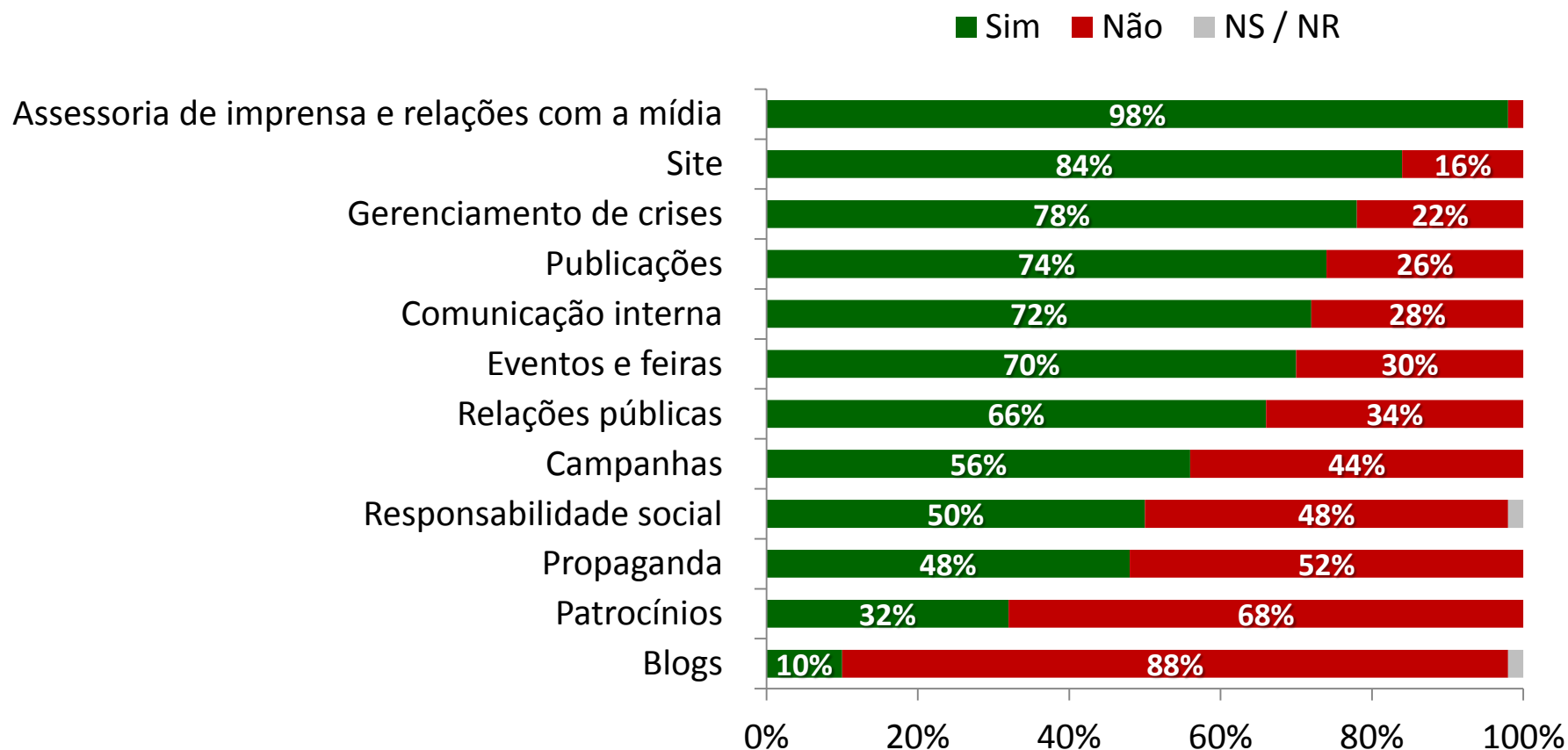


Vou citar algumas ferramentas de web e gostaria que você me dissesse se a Comunicação da Entidade as utiliza ou não?
(Estimulada, n=50)



Vou ler uma lista de atividades e gostaria de saber se a Comunicação é responsável por desempenhá-las, na Entidade. Por favor, responda apenas “Sim” ou “Não”.

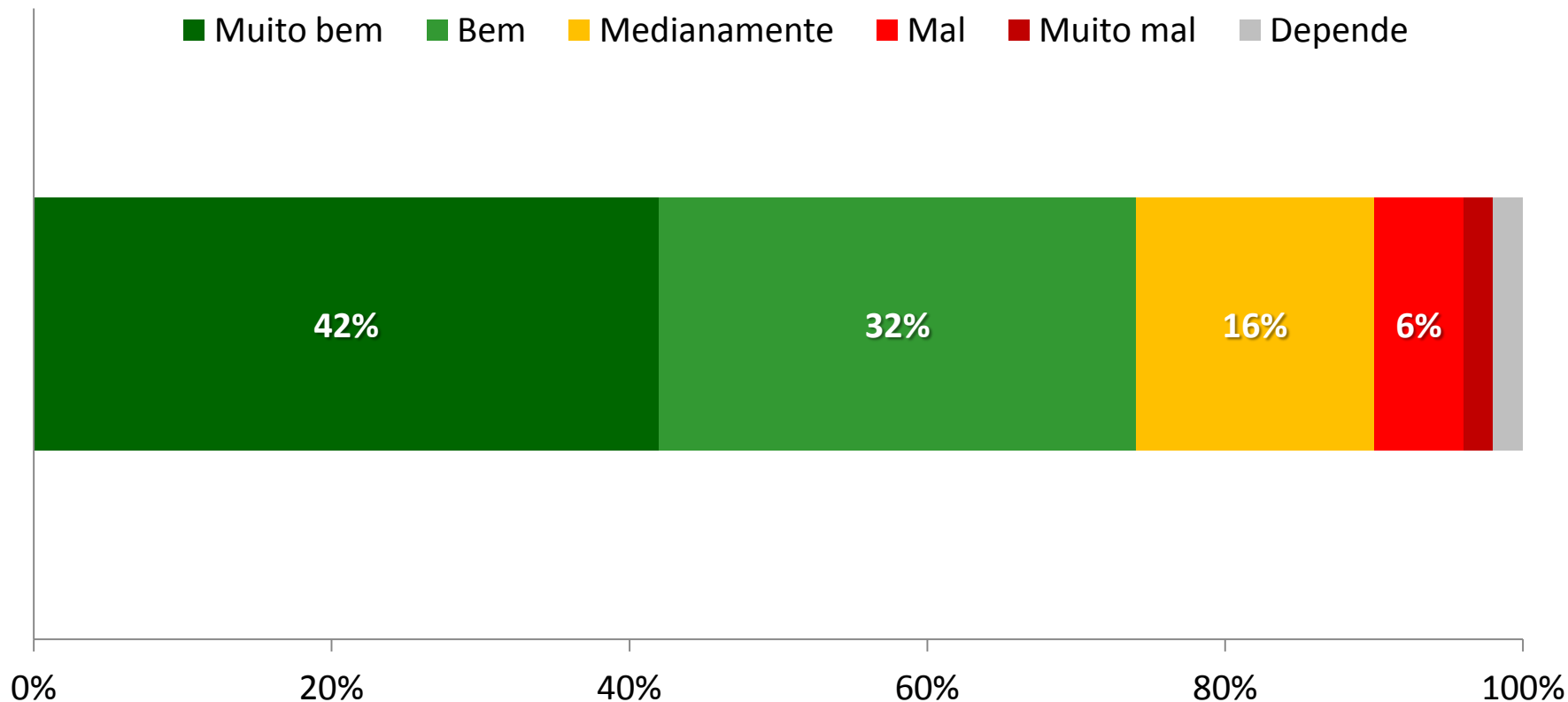
(Estimulada, n=50)



74% dos profissionais acreditam que a repercussão é positiva

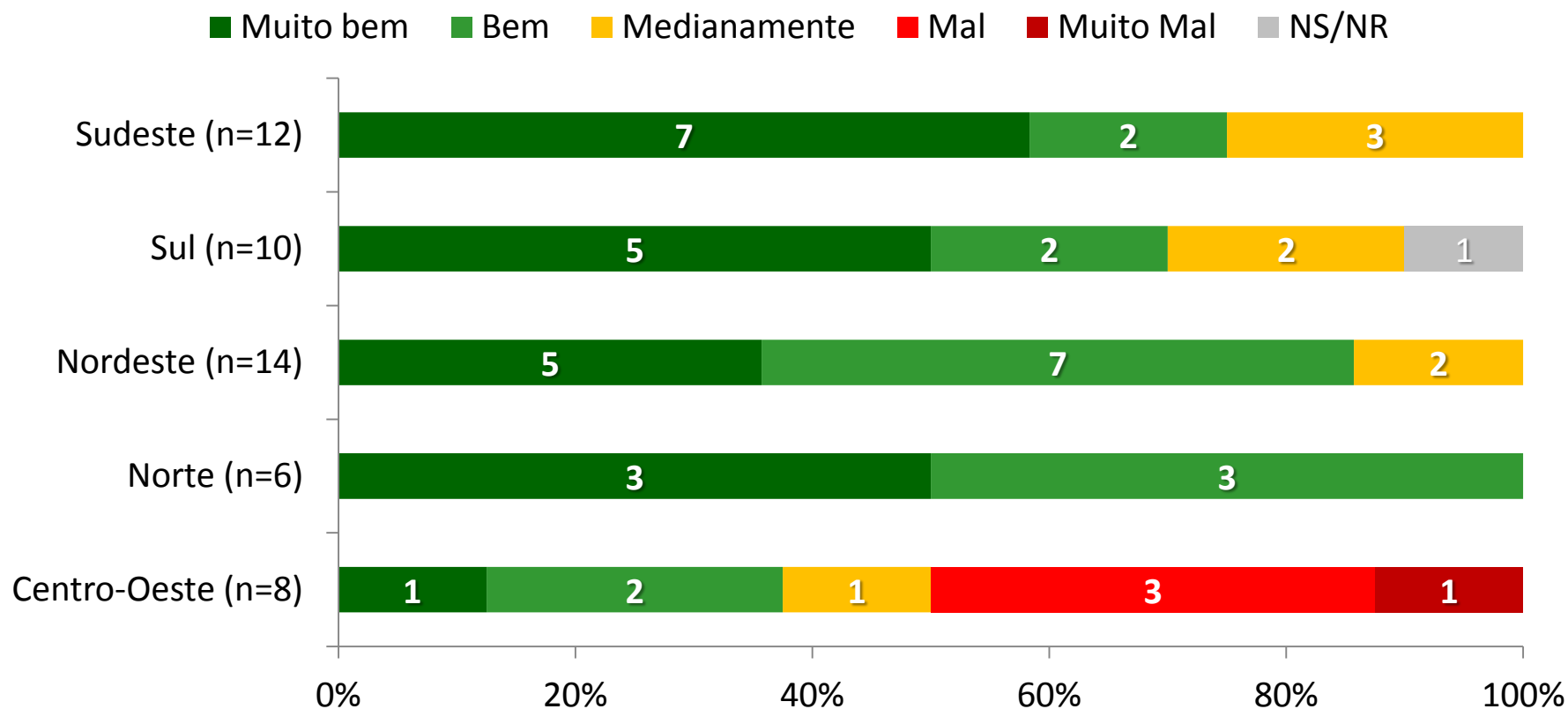
Sobre a mídia local e a repercussão de temas e assuntos nacionais do setor da construção na mídia de sua cidade, você diria que eles, em geral, repercutem muito bem, bem, medianamente, mal, muito mal os temas nacionais do setor?

(Estimulada, n=50)



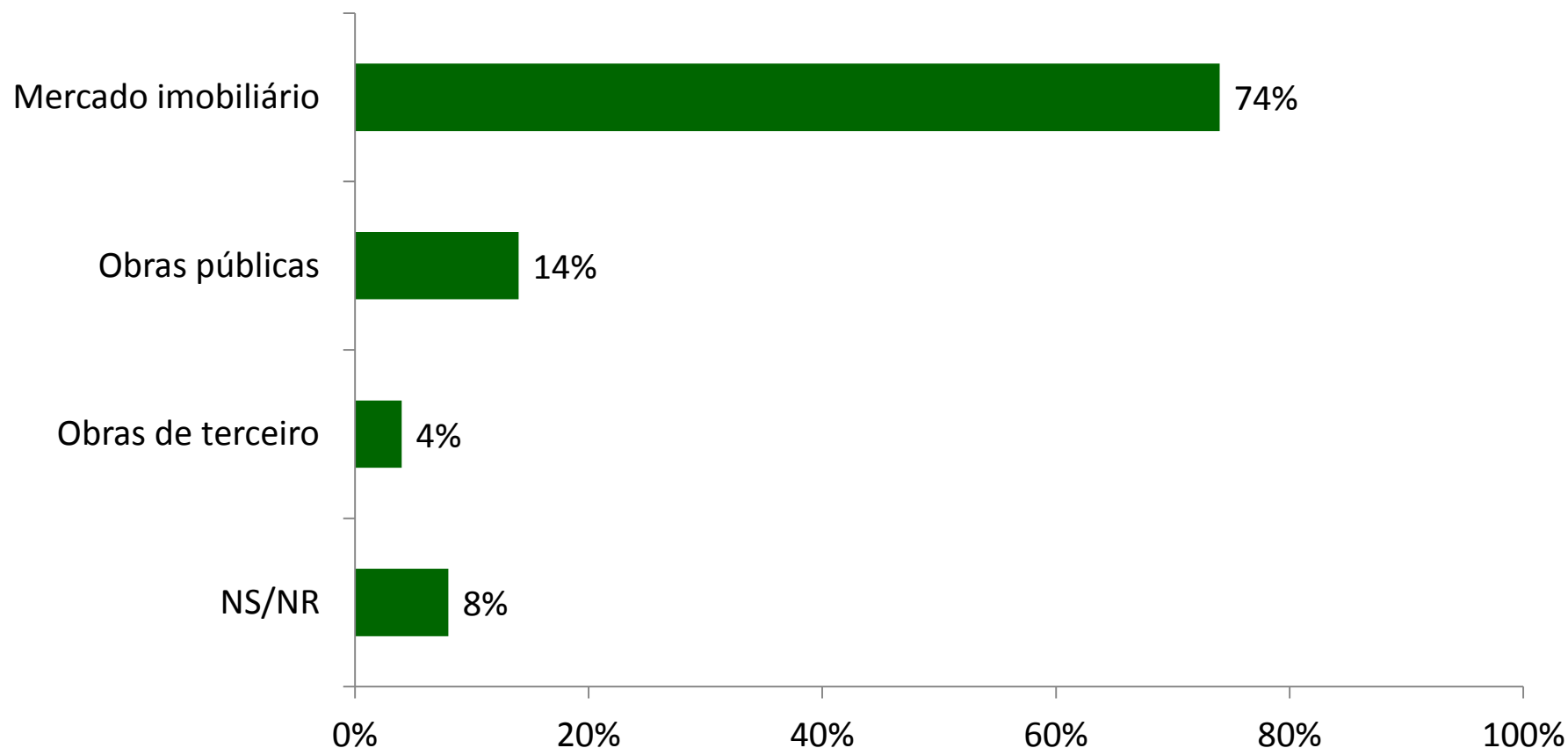
O Centro-Oeste é a única região onde há avaliação negativa

Repercussão de temas e assuntos nacionais do setor da construção sobre a mídia local em relação à região do entrevistado



Na área de Assessoria de Imprensa, na sua opinião, qual o segmento da construção demanda mais da Comunicação: obras públicas, mercado imobiliário ou obras de terceiro?

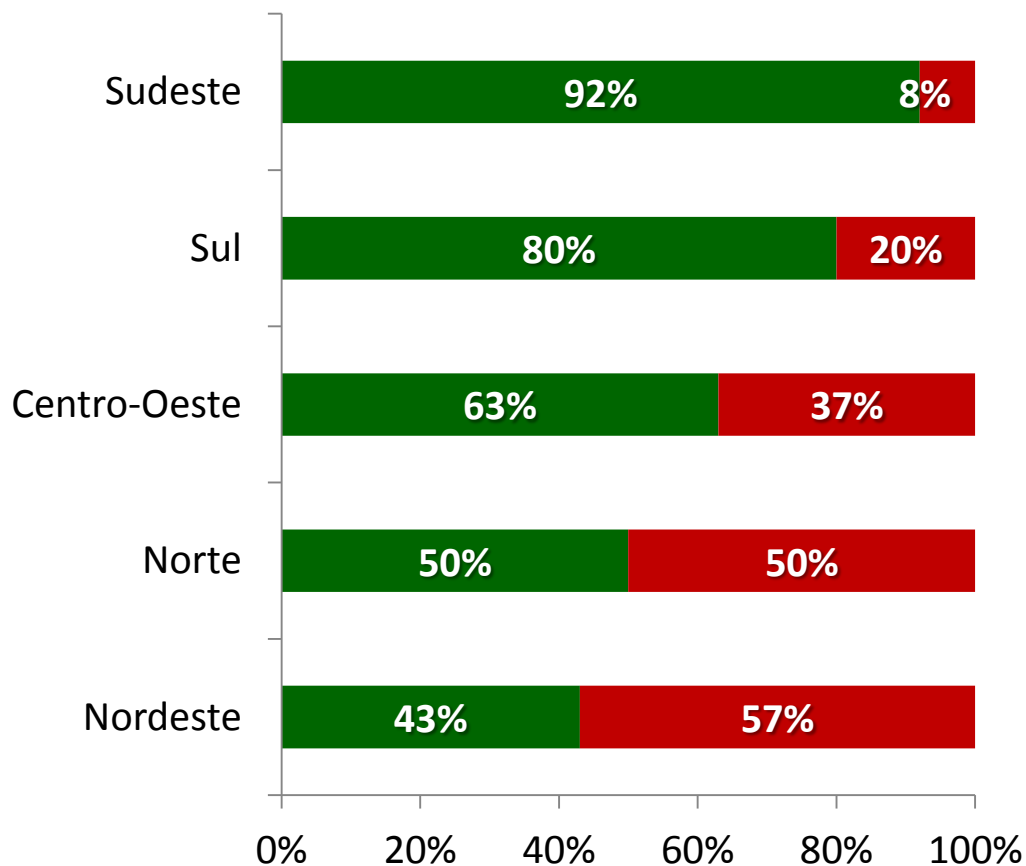
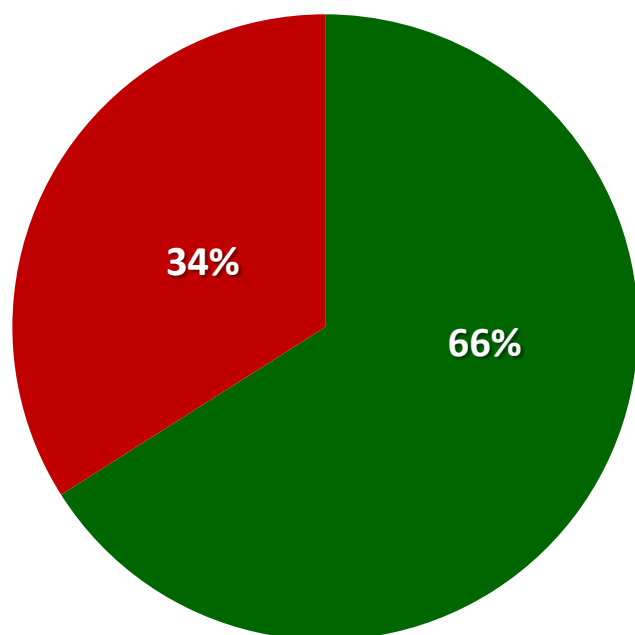
(Estimulada, n=50)



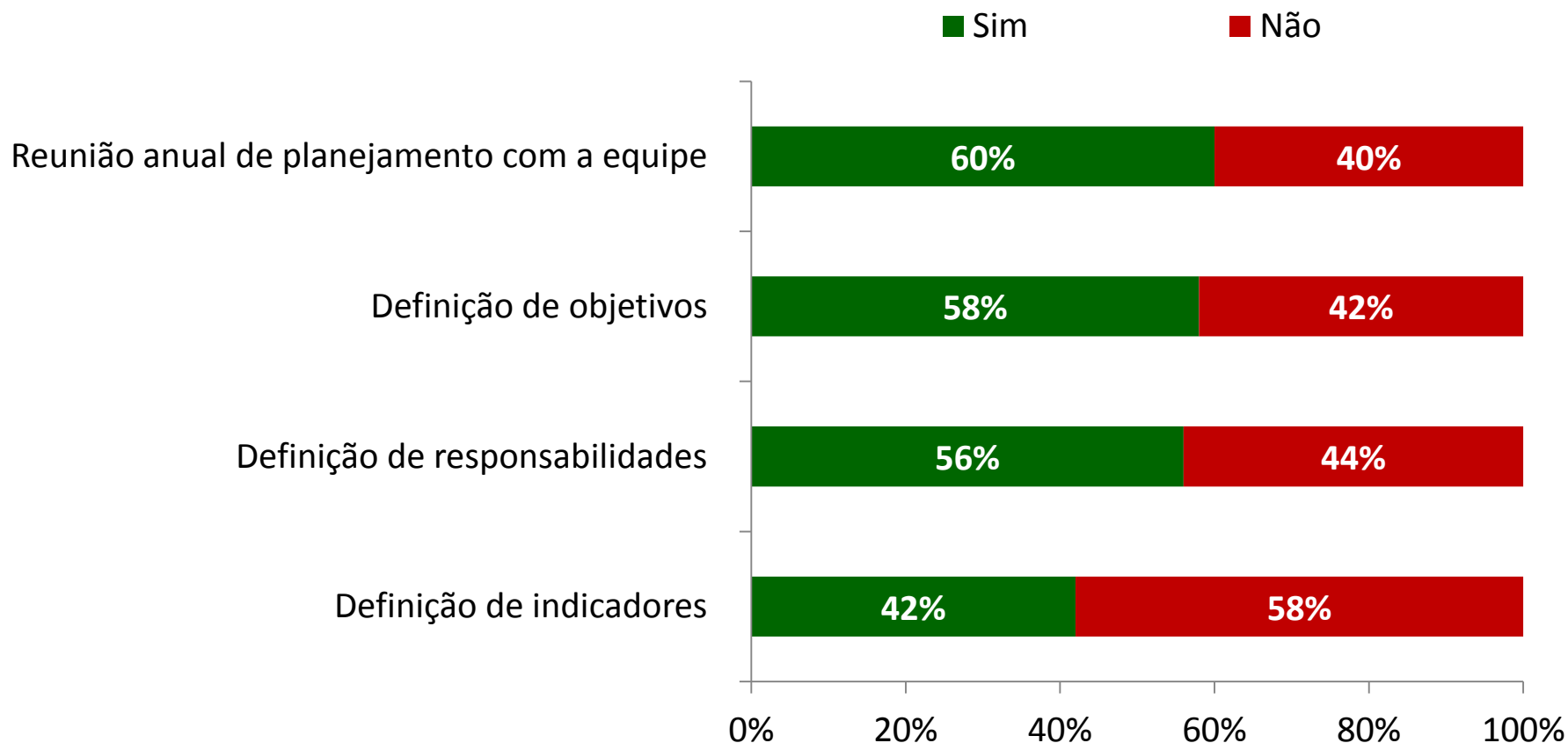
Planejamento e avaliação da Comunicação

Há planejamento anual para as ações de Comunicação? (Estimulada, n=50)

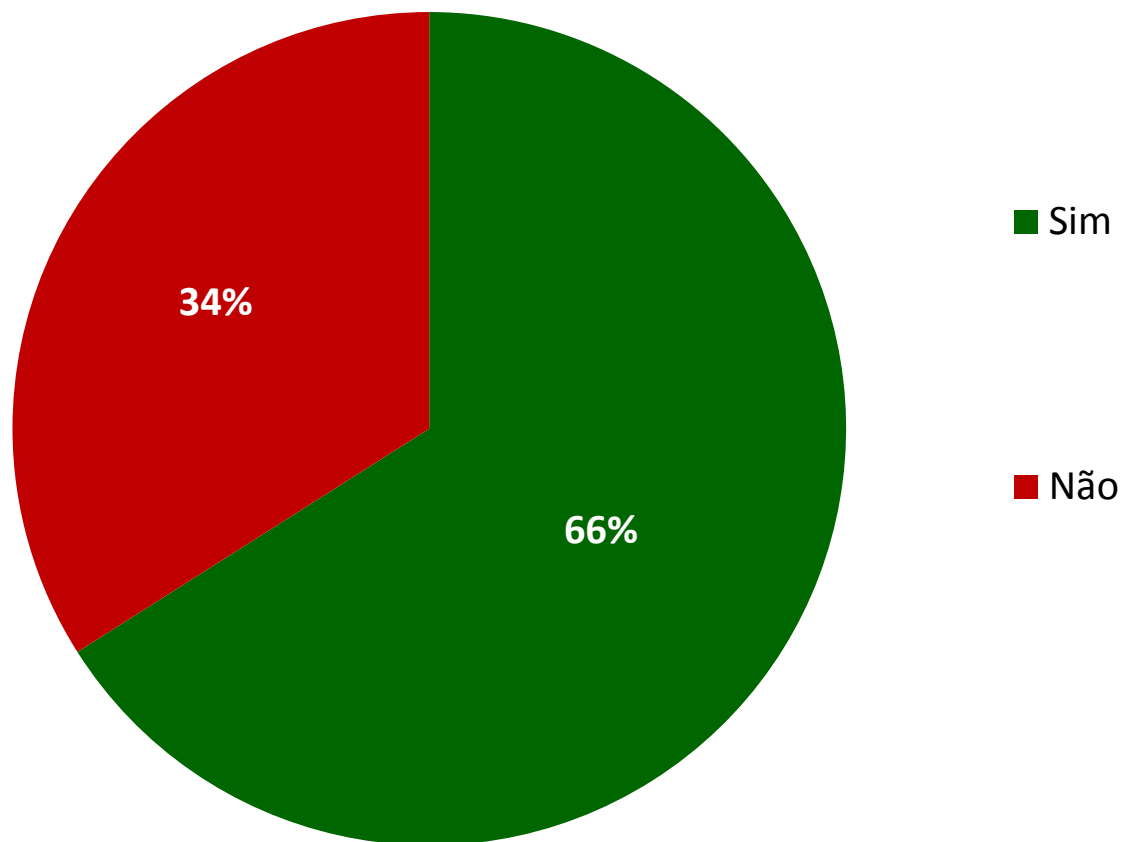
■ Sim ■ Não



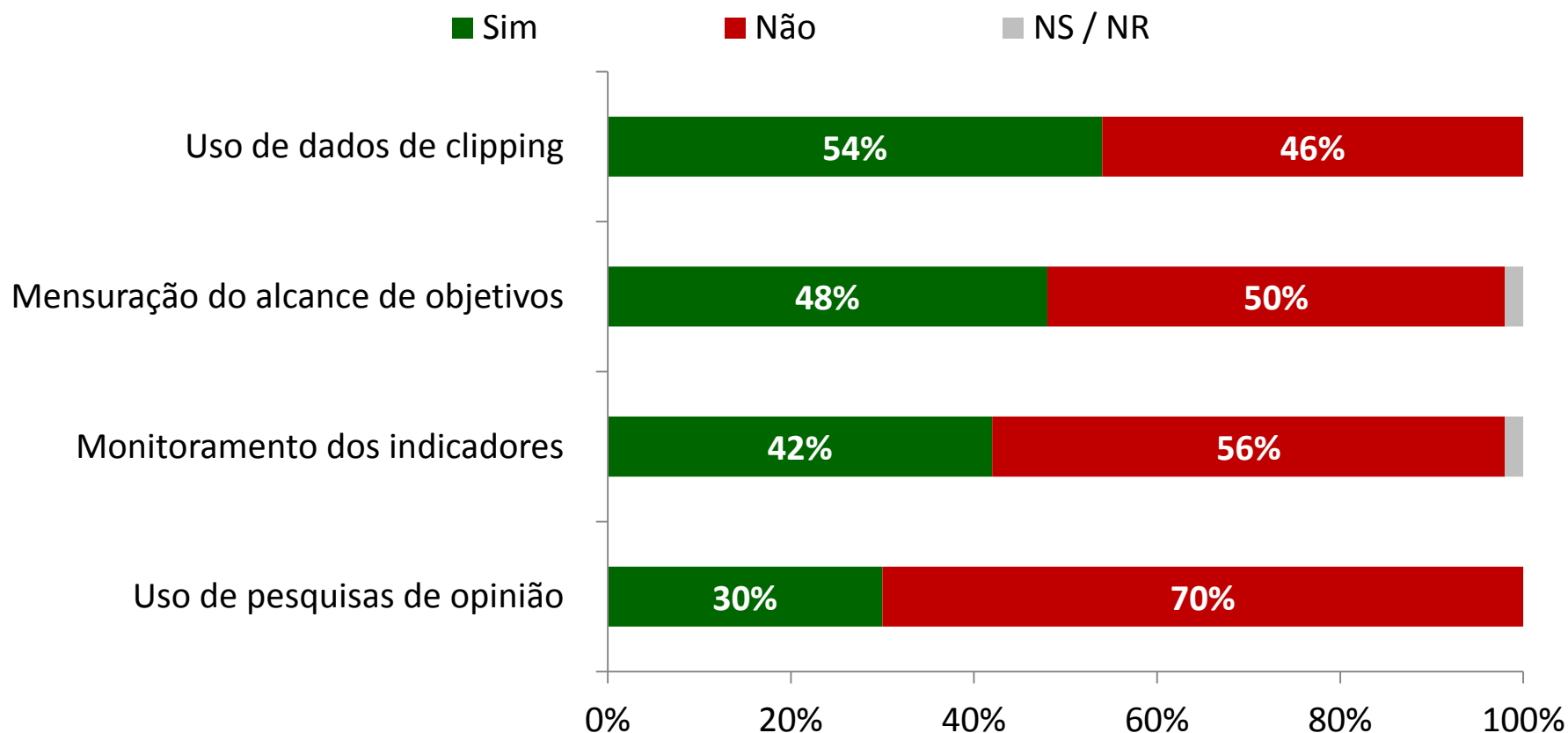
O planejamento da Comunicação contempla as seguintes etapas? (Estimulada, n=50)



E há monitoramento e avaliação dos resultados da Comunicação?
(Estimulada, n=50)

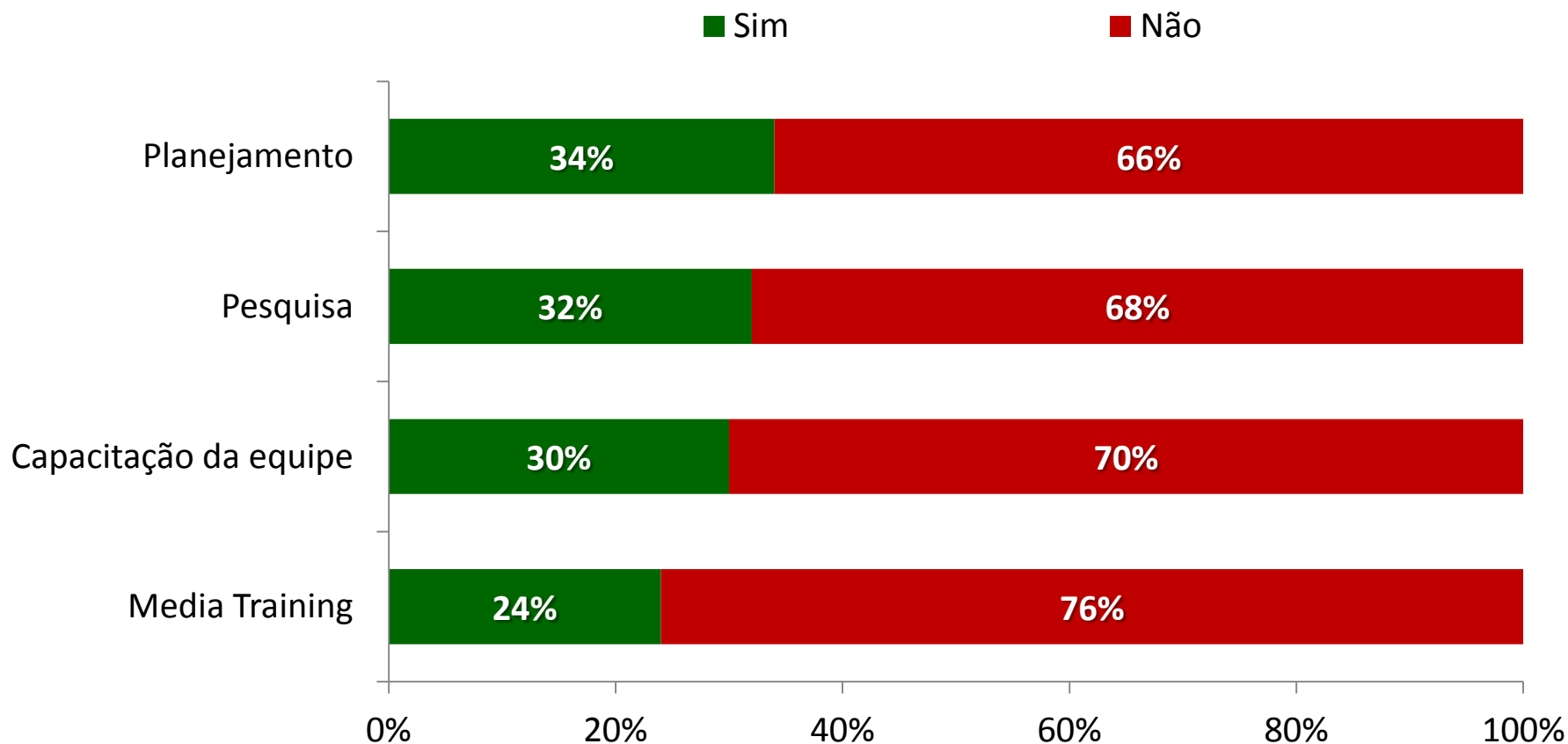


Gostaria de saber se a avaliação anual contempla as seguintes etapas:
(Estimulada, n=50)

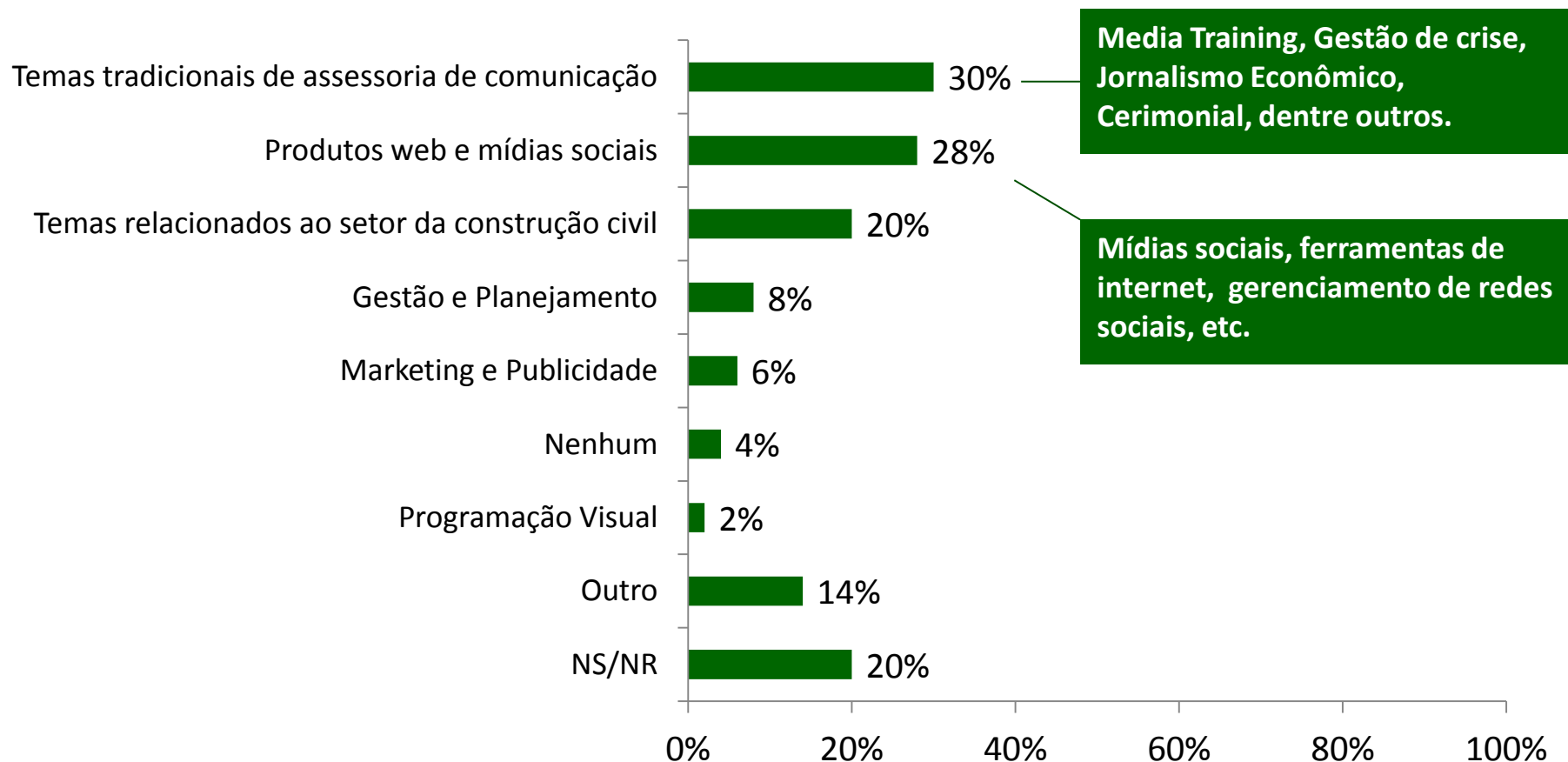


Inteligência

A Entidade contrata consultores ou empresas terceirizadas para...? (Estimulada, n=50)



**Quais os assuntos e/ou práticas na área de comunicação nos quais sua equipe
mais necessitaria de cursos e treinamentos?**
(Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)



A CBIC – Natureza e Papel

Como você definiria a CBIC?

ASPECTOS POSITIVOS

(Espontânea, n=50)

“Baluarte do setor, é fundamental: levanta bandeiras, defende a construção, os interesses do setor não só no Brasil mas em toda a América Latina”

“É uma entidade relevante para o próprio processo de desenvolvimento do país na medida em que procura interferir para ajudar o poder público no que o país precisa e requer. Vejo isso na própria atuação de campo da CBIC.”

“É uma entidade de grande respeito, muito respeitada no setor, de grande credibilidade, que desenvolve um trabalho muito importante na construção e contribui muito para os jornalistas.”

Como você definiria a CBIC?

ASPECTOS NEGATIVOS

(Espontânea, n=50)

“Deveria ter uma maior visibilidade para ser mais reconhecida pelos órgãos de imprensa.”

“Uma entidade muito importante, mas não tem a consciência do seu papel.”

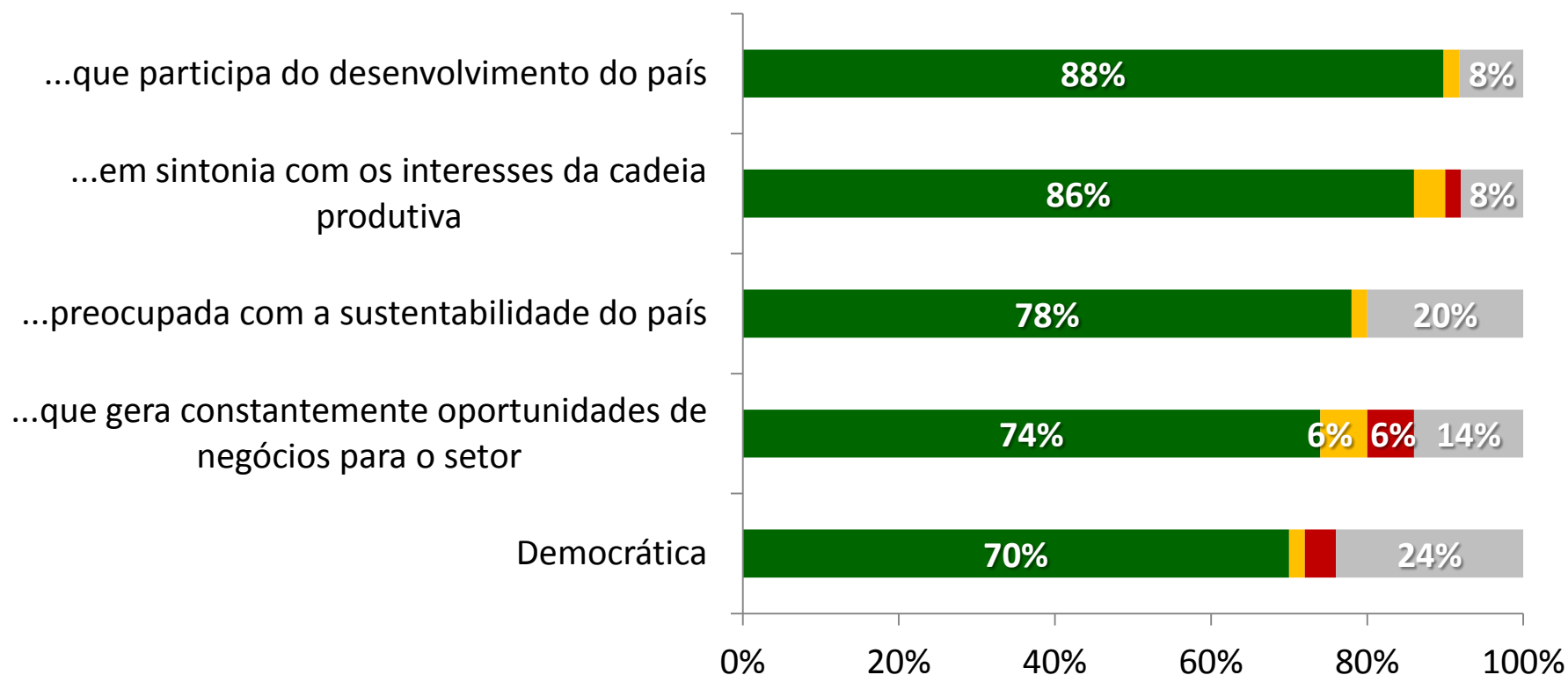
“Tenho pouco conhecimento em relação à CBIC, o que eu sei são indicadores. Mas acho satisfatório.”

Vou ler algumas afirmações e peço que você me diga se concorda ou discorda:

(Estimulada, n=50)

A CBIC É UMA ENTIDADE...

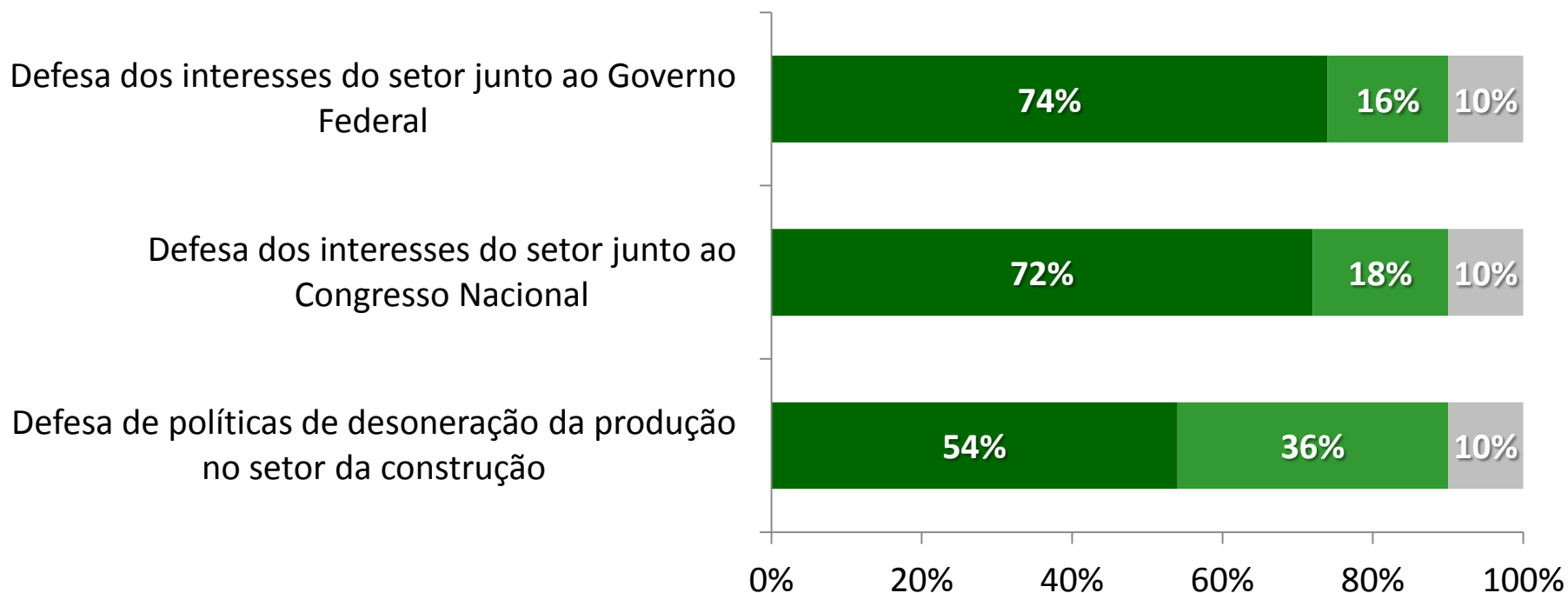
■ Concorda ■ Neutro ■ Discorda ■ NS/NR



Em todos os temas, a CBIC tem atuação muito importante ou importante

Agora vou ler uma lista de temas relevantes da agenda pública brasileira e peço que você me diga se avalia o papel e a contribuição da CBIC como: Muito Importante, Importante, Pouco Importante ou Nada Importante
(Estimulada, n=50)

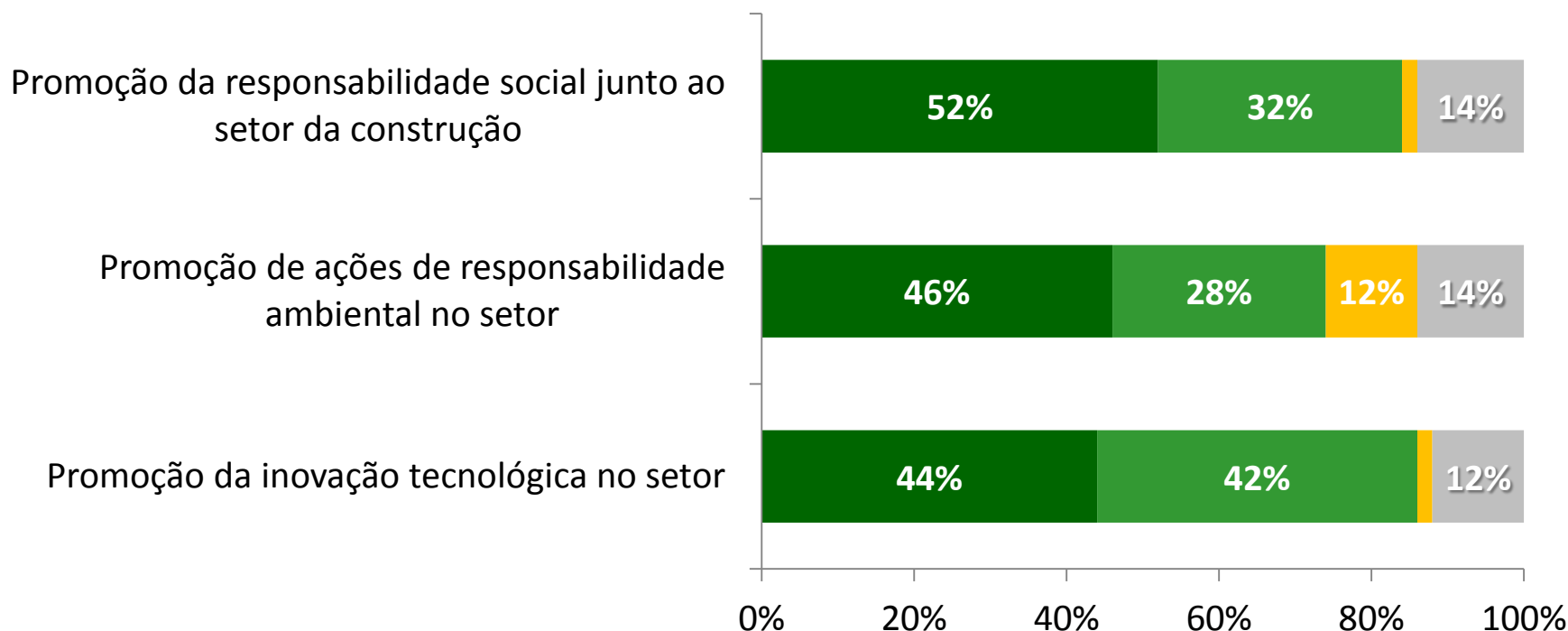
■ Muito importante ■ Importante ■ Pouco importante ■ Nada importante ■ NS / NR



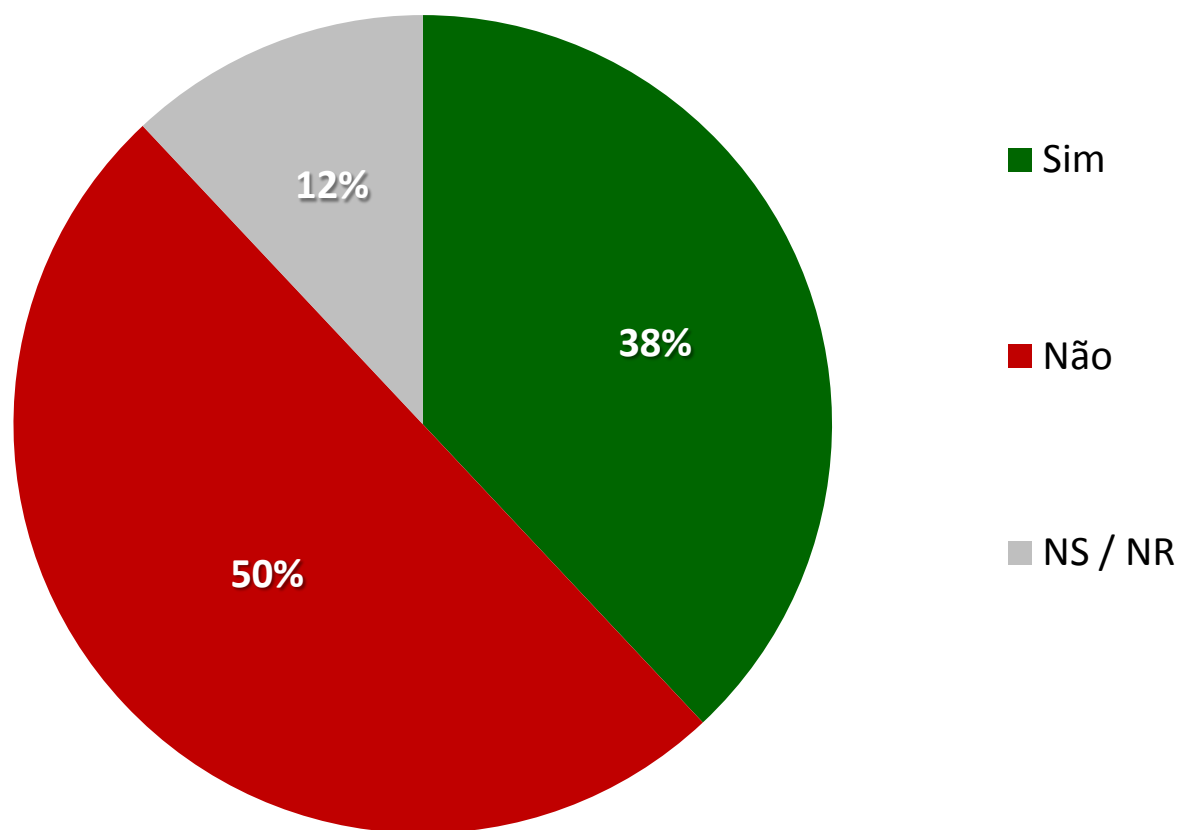
12% dizem que promover responsabilidade social é pouco importante

Agora vou ler uma lista de temas relevantes da agenda pública brasileira e peço que você me diga se avalia o papel e a contribuição da CBIC como: Muito Importante, Importante, Pouco Importante ou Nada Importante
(Estimulada, n=50)

■ Muito importante ■ Importante ■ Pouco importante ■ Nada importante ■ NS / NR



Na sua opinião, a mídia local reconhece a CBIC como um representante de peso do setor da construção?
(Estimulada, n=50)



A relação com a CBIC

Em sua opinião, o que a Comunicação da CBIC pode fazer para contribuir para a área de Comunicação da Entidade?
(Espontânea, n=50)

“Deve continuar com essa sintonia. A CBIC liga pra saber o que a gente tem para mandar pra eles e tudo que eles tem é encaminhado pra gente. Tentamos transformar essas informações pra a nossa realidade local. ”

“Estou muito feliz com o que tenho em mãos, com a atenção e a preocupação da CBIC em nos atender, nos embasar, favorecendo o desenvolvimento do nosso trabalho. É uma colaboradora muito importante e faz parte da nossa rotina.”

“Organizar mais eventos para os comunicadores. Juntar todos os SINDUSCONS para compartilhar informações. Continuar sugerindo pautas nacionais para que possamos replicar regionalmente.”

Em sua opinião, o que a Comunicação da CBIC pode fazer para contribuir para a área de Comunicação da Entidade?

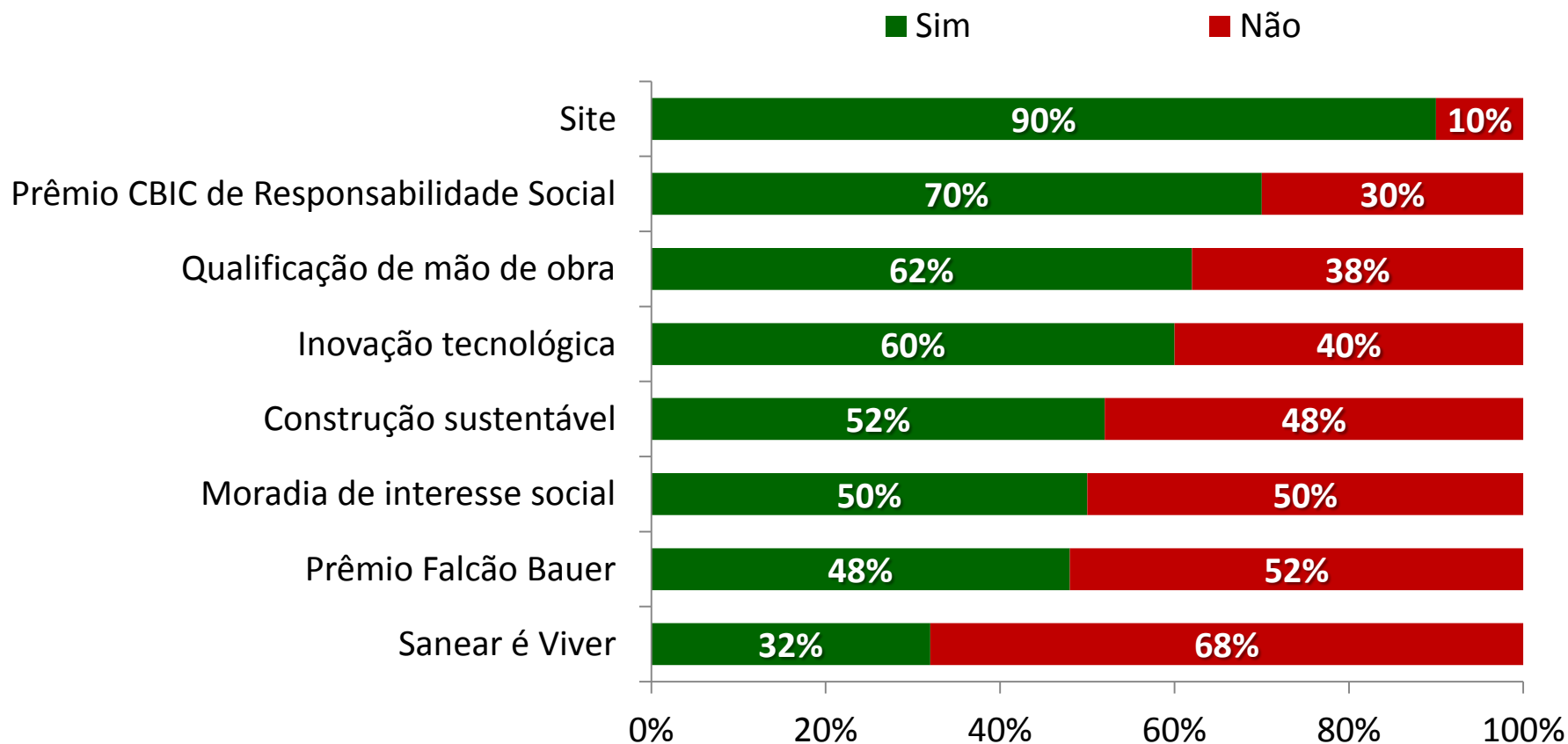
(Espontânea, n=50)

“Precisa mudar a imagem do setor. A CBIC tem bons produtos. Tem que haver um esforço conjunto para divulgação do trabalho do setor para que venha a obter apoio nacional.”

“A CBIC congrega todos os setores do país, mas é preciso olhar as diferenças entre regiões, inclusive a diferença de culturas. Não existe uma coisa mais estratégica de diretrizes nacionais. Como vamos falar de responsabilidade social de forma única em um país tão diverso como o nosso?”

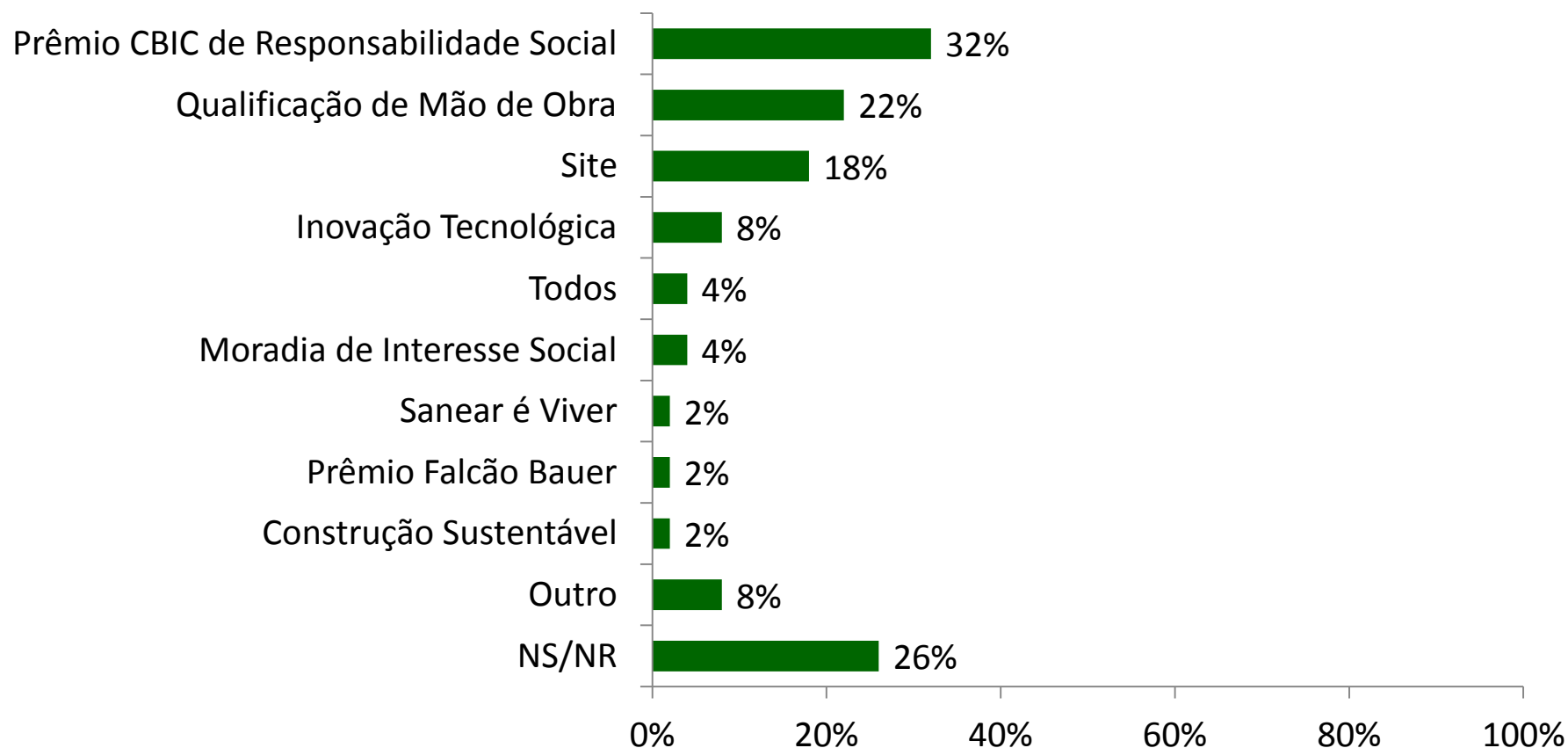
“Por conta da distância, o setor não era muito conhecido, a gente ainda tenta divulgar muito a CBIC mas acho que ainda é pouco divulgada... A CBIC poderia criar um esquema de cursos e ações nas regiões para ajudar na divulgação.”

Quais os produtos e iniciativas da CBIC que você conhece?
(Estimulada, n=50)

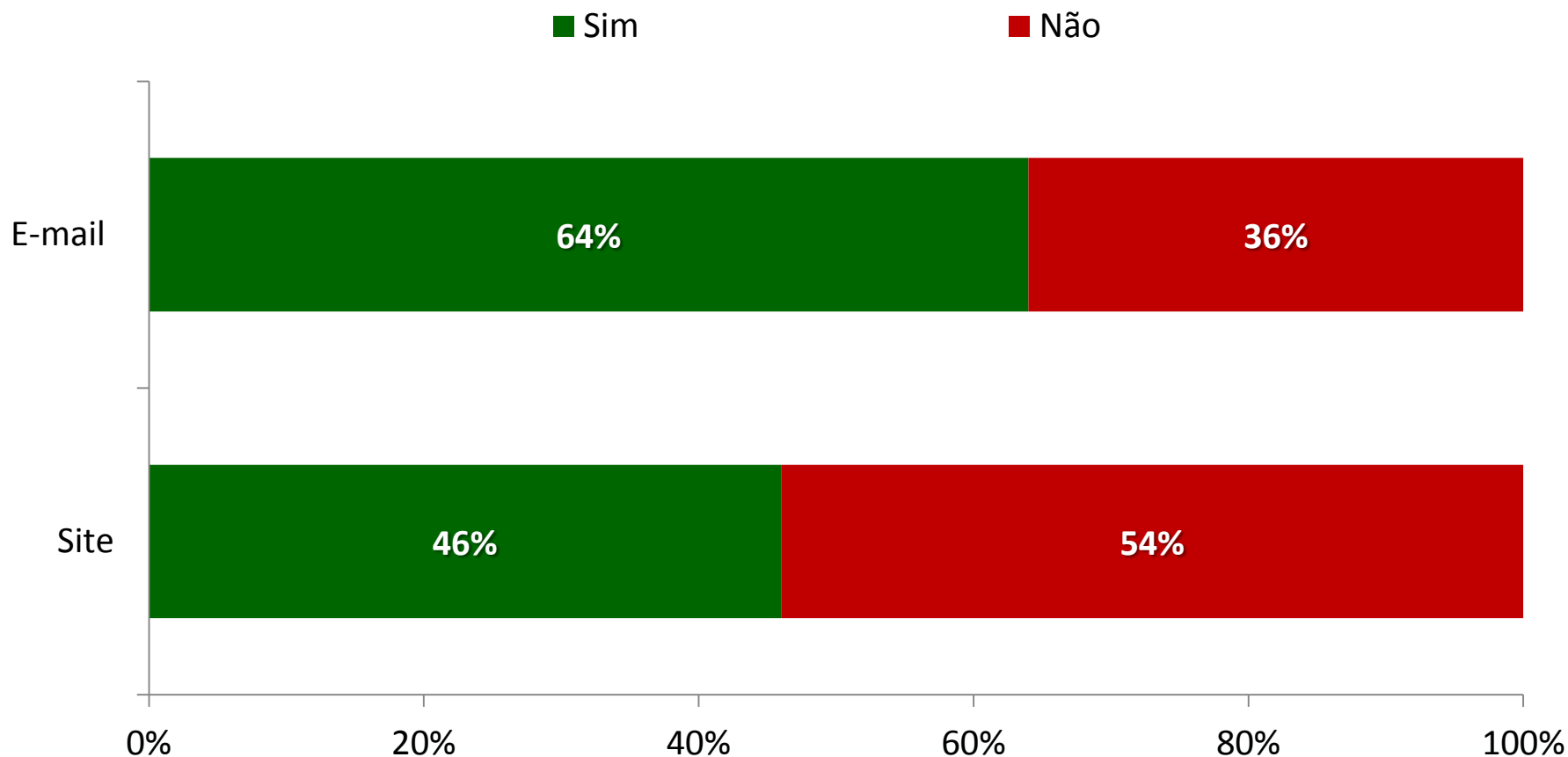


E quais desses produtos e iniciativas mais contribuem para o trabalho da Comunicação local?

(Espontânea, n=50)



Como você toma conhecimento das iniciativas da CBIC?
(Espontânea, Respostas Múltiplas, n=50)



Na sua opinião, como o seu trabalho na comunicação da organização associada poderia contribuir com a comunicação da CBIC?

(Estimulada, n=50)

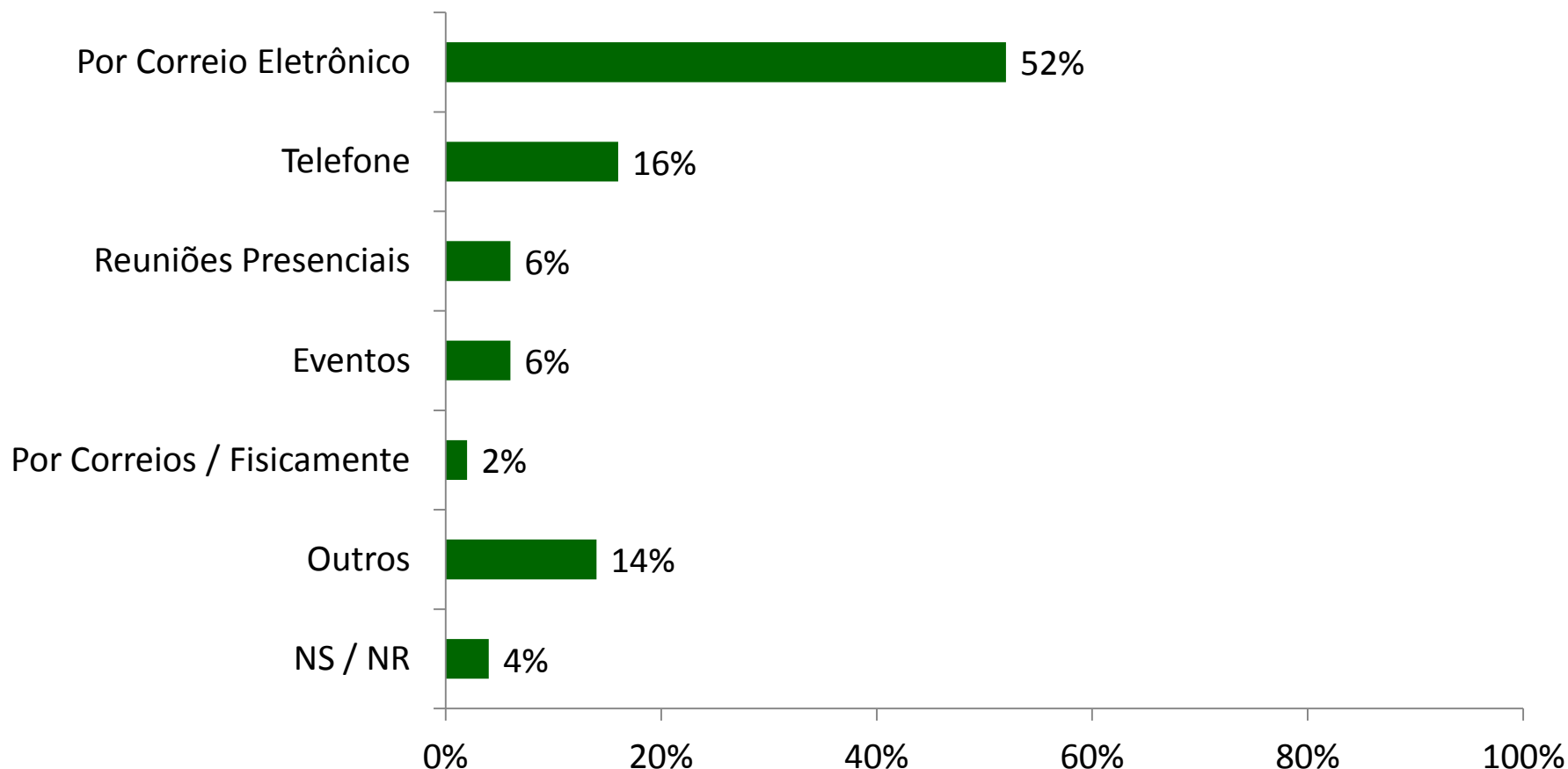
“Poderia haver um entrosamento para as empresas aqui se sentirem valorizadas junto a Câmara, com estreitamento de relacionamento das assessorias, que eles criassem uma rotatividade de materiais no site e impressos, mostrando práticas adotadas pelo país”.

“No momento que a gente conseguisse espaço na CBIC para divulgar mais os projetos locais, porque uma ideia daqui pode gerar uma ideia lá. Acho que tem que ter essa troca de comunicação, de figurinhas.”

“Monitorando as pautas prioritárias da imprensa, na medida o possível fornecendo personagens e cases e ampliando a divulgação dos programas da CBIC”.

Na sua avaliação, qual a melhor forma para se comunicar com as empresas associadas à Entidade?

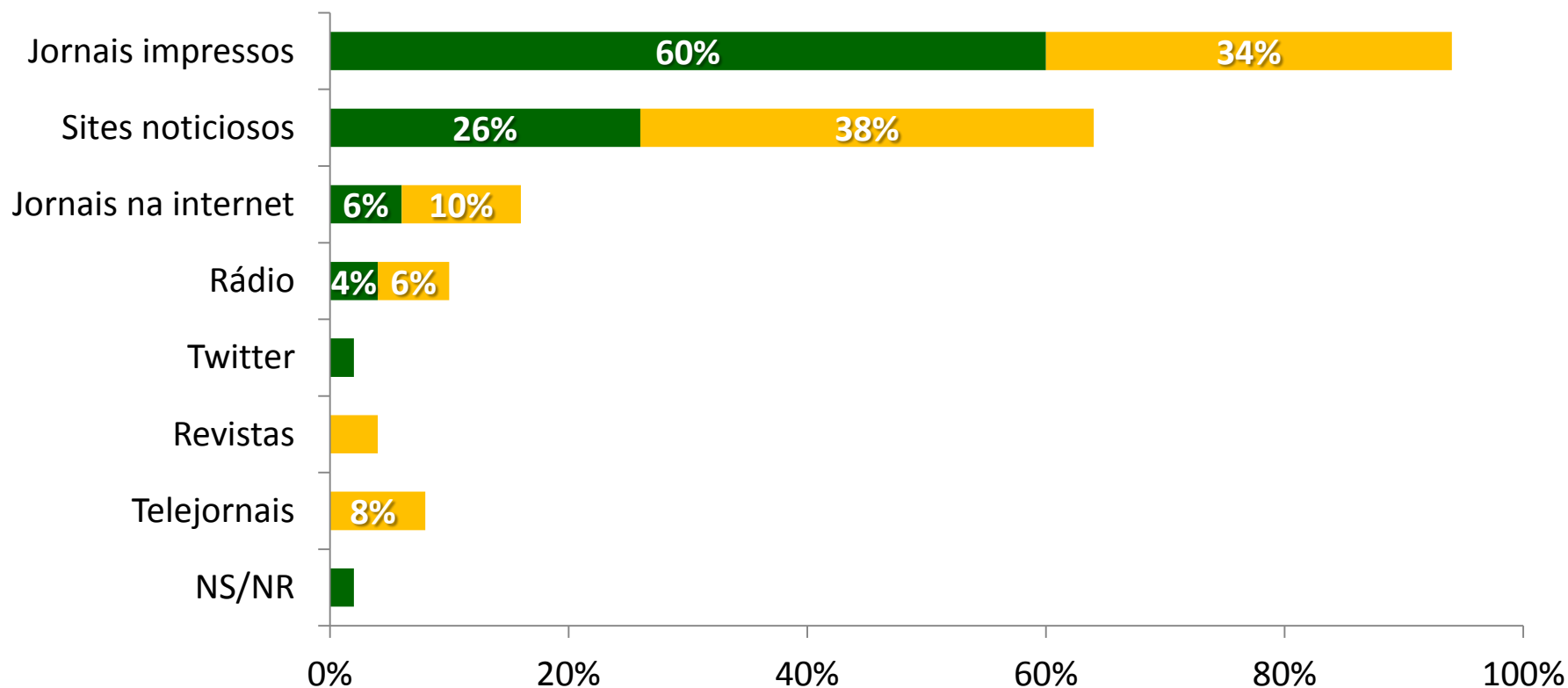
(Espontânea, n=50)



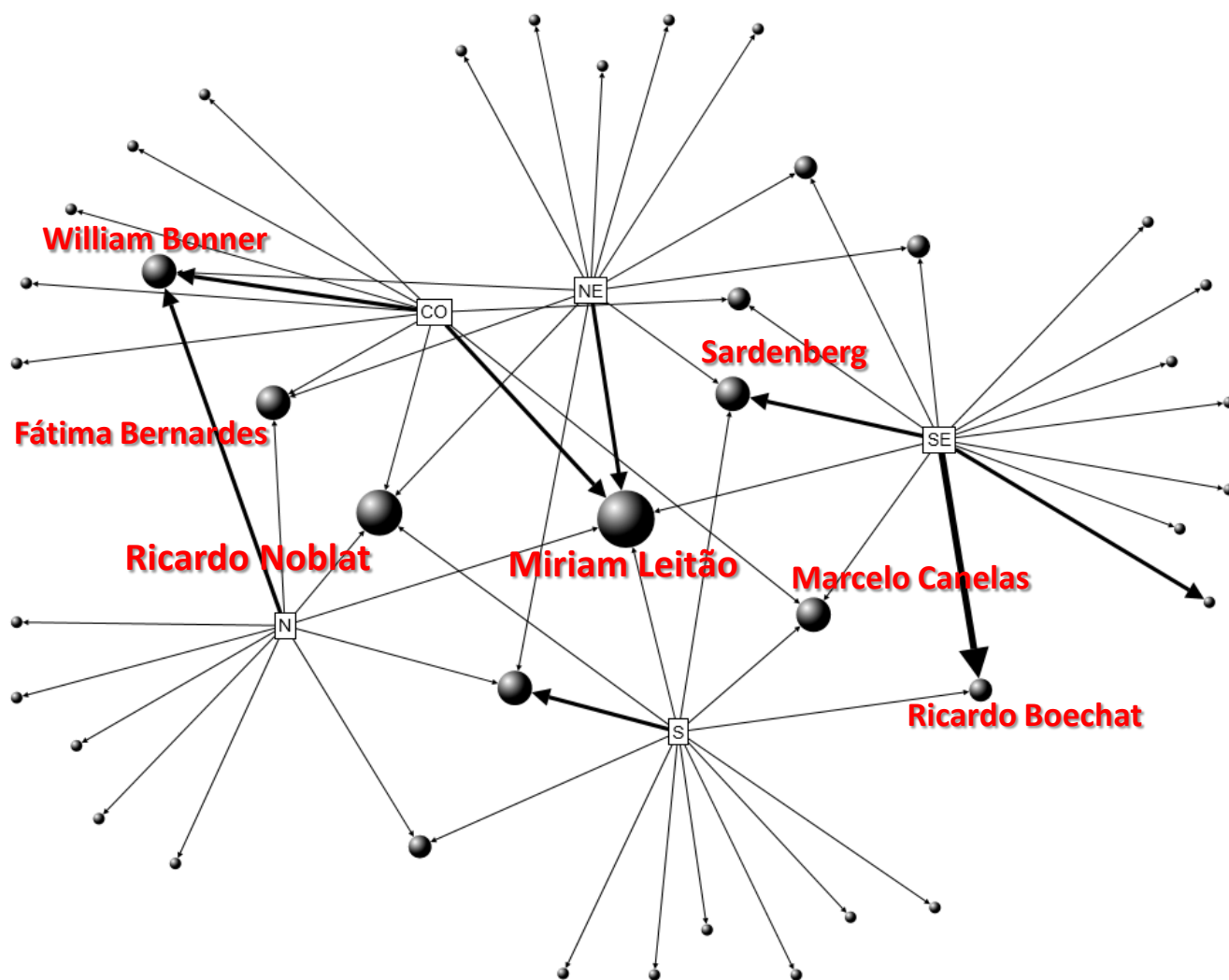
Hábitos de Informação

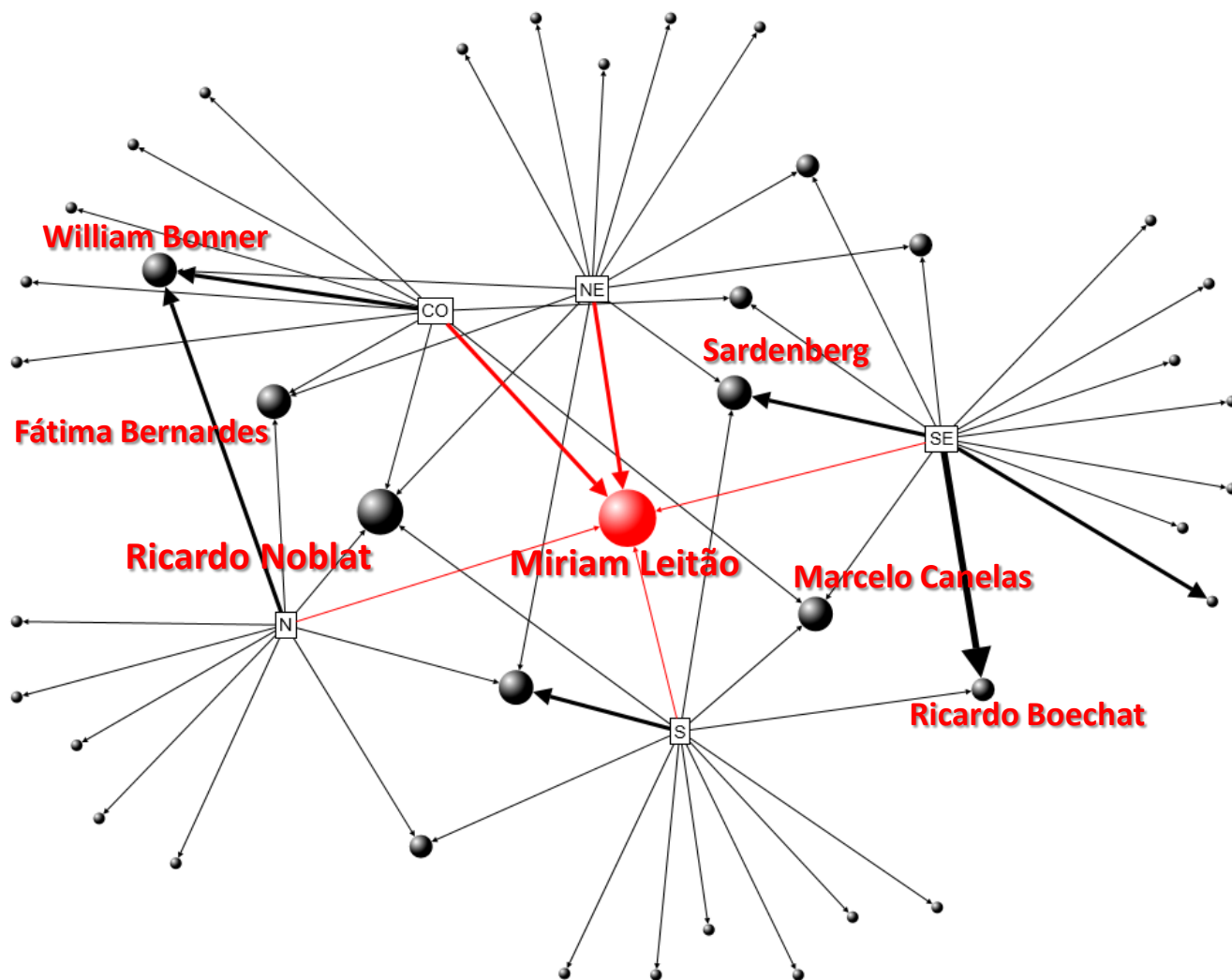
No seu dia a dia, qual a sua principal fonte de informação?
(Estimulada, n=50)

■ 1ª Citação ■ 2ª Citação



A colunista Miriam Leitão está no centro da rede dos influenciadores



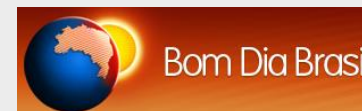


Miriam Leitão



7 citações

CBN



O GLOBO

Comentarista da *Rádio CBN* e do programa de televisão *Bom dia Brasil*, Miriam Leitão é também colunista do jornal *O Globo*.

Ricardo Noblat

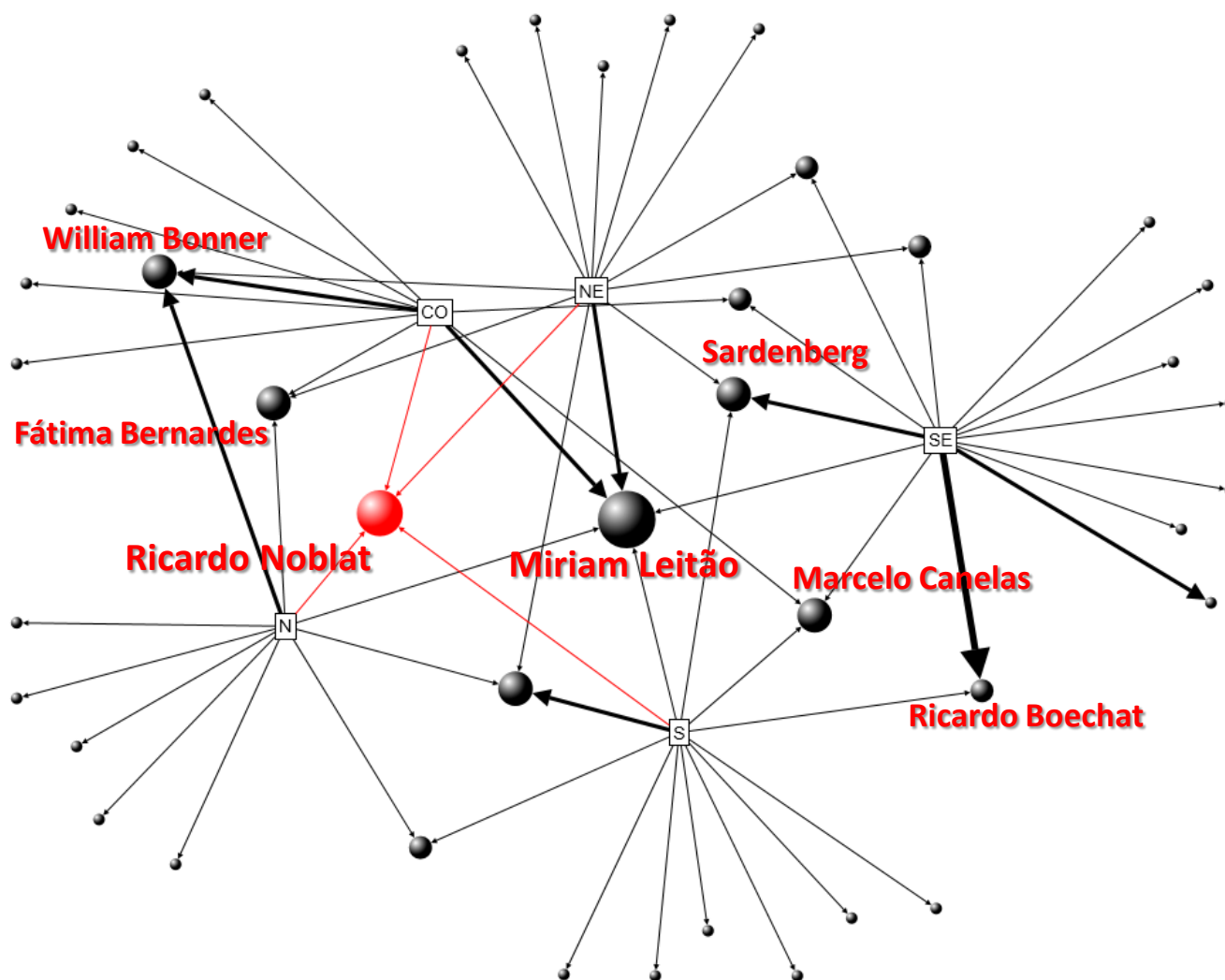


4 citações

Blog do NOBLAT

O GLOBO

Escritor e fundador do *Blog do Noblat*, Ricardo Noblat é também colunista do jornal *O Globo*.



Considerações finais

- As entidades estaduais que formam a CBIC desenvolvem trabalhos independentes, com simplicidade, com foco na divulgação de informação para a sociedade por intermédio da mídia;
- Elas não se sentem participantes de uma rede nacional com objetivos, valores e estratégias compartilhadas;
- Conceitos e práticas fundamentais para a implantação de um processo de comunicação nas entidades, como planejamento, avaliação e monitoramento são incipientes;
- Outro ponto fraco detectado na pesquisa é a noção de “público”, frequentemente traduzida como o segmento para quem as entidades devem produzir e mandar informação, por meio dos instrumentos tradicionais de assessoria de imprensa;
- Em relação aos instrumentos utilizados, os gestores se voltam para os tradicionais, sobretudo os impressos, e não se arriscam a experimentar novos meios. Existe curiosidade e vontade de conhecer mais sobre as novas mídias, mas elas ainda não são utilizadas;

- Conceitos, estratégias e práticas que integram as práticas da comunicação corporativa não fazem parte do cotidiano do gestor da Comunicação da CBIC;
- A liderança sindical, apesar de não ser o objeto desta pesquisa, transparece no conjunto de respostas. Gestores demonstram que gostariam que a Comunicação fosse mais atuante em relação aos temas de debate da construção civil. Esse é um desafio para a CBIC;
- A disposição para participar de uma rede nacional é constatável em todas as etapas da pesquisa. Os gestores querem fazer parte de “algo maior” e querem entender melhor o segmento no qual estão atuando.
- O índice de pedidos de cursos e encontros foi muito grande e corresponde ao desejo de ser parte de um grupo mais atuante, mais eficiente;
- Quanto ao papel da CBIC, a pesquisa revela que a entidade é reconhecida e admirada pelos gestores pelo seu papel político, por sua função de representante do segmento da construção civil em nível nacional.

- Construir uma rede de Comunicação com a efetiva participação de todas as assessorias de entidades;
- Produzir materiais para a rede como forma de melhorar a qualidade de algumas assessorias e alavancar a divulgação e capacitar comunicadores sobre os temas da construção civil;
- Fazer uma análise de públicos da CBIC, discutir e compartilhar com os participantes da rede;
- Construir estratégias de relacionamento com os diversos públicos, com a participação das entidades estaduais e estimular a participação e a troca de experiências e resultados;
- Sensibilizar as lideranças sindicais para a importância da função da Comunicação;
- Avançar nas estratégias nas redes sociais;
- Propor um cadastro nacional de boas iniciativas regionais, partilhando personagens, estratégias, cases e resultados.

Obrigado!

www.institutofsb.com.br