

Cir 063/2011 – CA/CT/A/S
Brasília, 26 de setembro de 2011.

Ref.: Pesquisa sobre a atuação dos profissionais de comunicação das organizações associadas à Câmara.

Senhor Presidente,

Você está recebendo o estudo encomendado pela CBIC e realizado pelo Instituto FSB Pesquisa que analisa a atuação dos profissionais de comunicação das organizações associadas à Câmara. Esta é uma pesquisa inédita e que tem como objetivo traçar um perfil dos comunicadores que atuam nas entidades representativas do nosso setor e apontar estratégias para aumentar a eficácia das nossas ações de comunicação.

Em um período de grande expansão como o que o nosso setor vive no momento, é imprescindível que consigamos nos comunicar, cada vez mais e de forma profissional, com os nossos diferentes públicos: empresários, clientes, poder público, parlamento, sociedade civil... Neste sentido, a atuação articulada dos comunicadores das nossas 62 associadas pode se tornar uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento da nossa atividade. Temos um grande desafio pela frente que é recuperar a imagem do setor diante da opinião pública e, neste contexto, comunicar bem é condição fundamental.

Os assessores ouvidos na pesquisa demonstraram, por meio das entrevistas, que os conceitos e práticas fundamentais para a implantação de um processo de comunicação nas nossas entidades, como planejamento, avaliação e monitoramento ainda são incipientes.

A pesquisa revela, entre outras informações relevantes, que quase metade dos profissionais de comunicação (46%) tem outra atividade profissional além do trabalho de assessoria nas organizações do setor. Outro dado importante é que em 62% das entidades associadas à CBIC o trabalho de comunicação é feito por, no máximo, dois profissionais.

O estudo do Instituto FSB Pesquisa também aponta que apenas 10% das estratégias de comunicação envolvem produtos online (sites, redes sociais...) e que a maioria das ações de comunicação está relacionada à produção de releases, contatos com a mídia e elaboração de informativos. Neste sentido, está apontada na pesquisa a ausência de canais de comunicação específicos para os diferentes públicos: empresas associadas, sociedade civil organizada, parlamentos, governos, etc...

Os comunicadores também externaram a necessidade de maior qualificação, tanto em temas específicos da atividade de assessoria, quanto em temas relativos ao universo da construção e demonstraram ainda um baixo nível de conhecimento sobre as atividades desenvolvidas pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção

Recomendações - A partir dessas e de outras informações disponíveis no estudo que os senhores estão recebendo, a CBIC tomou a liberdade de formular algumas considerações que podem ajudá-los a aumentar a eficiência da atuação de suas organizações no tocante à comunicação interna (com os seus associados) ou pública (com a sociedade em geral, governos e parlamentos):

- Em primeiro lugar, fica clara a importância (na medida do possível) de contratar profissionais que possam se dedicar integralmente ao trabalho nas nossas organizações.

- É fundamental também cuidar da qualificação permanente desses comunicadores. Principalmente nos aspectos de planejamento e gestão, bem como sobre temáticas específicas da atividade da construção.
- É de crucial importância estabelecer uma cultura de planejamento em comunicação como uma das etapas imprescindíveis do planejamento estratégico das próprias organizações.
- Assegurar um status de importância para a área de comunicação dentro da estrutura organizacional da entidade.
- Estimular uma cultura onde as ações de comunicação locais possam estar articuladas com os temas mais importantes para o setor em nível nacional, como: sustentabilidade, inovação, responsabilidade social empresarial, entre outros.

Esperamos que você possa aproveitar os resultados desta pesquisa e nos colocamos à disposição para apoiá-lo no que for necessário.

A CBIC vai continuar investindo em seminários anuais para alinhar o planejamento nacional da organização e os planejamentos regionais, com palestras de capacitação em novas ferramentas de comunicação, por exemplo. Precisamos do seu apoio no sentido de ressaltar, junto aos seus assessores, a importância deste trabalho coletivo envolvendo a própria CBIC e a área de comunicação de todas as suas associadas.

Atenciosamente,

Paulo Safady Simão
Presidente
(original assinado)