



## Mensuração da Assessoria de Comunicação e Imprensa 2015

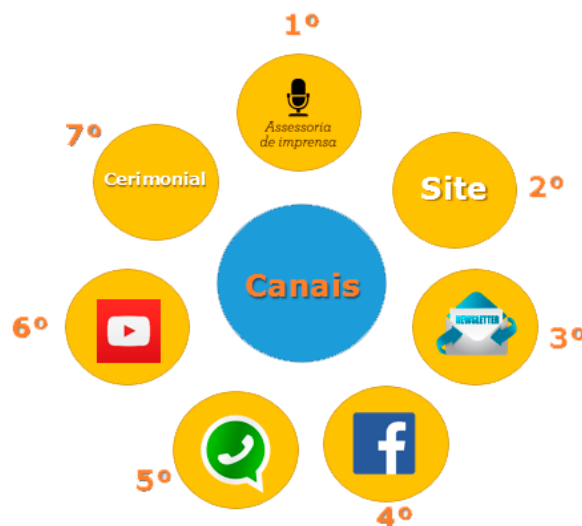
**Cliente: CAU/RR – Conselho de Arquitetura e Urbanismo**

A Criar Comunicação é a empresa contratada pelo Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU/RR) para promover acesso à imprensa de Roraima, bem como produzir conteúdo para o site e manutenção da imagem institucional, além da gestão financeira de publicidade e propaganda paga.

As estratégias para 2016 será entregue juntamente com o Planejamento Estratégico de Comunicação produzido conforme atuação da Assessoria do ano de 2015 para manutenção da identidade institucional na mídia.

### Ferramentas

Há 7 ferramentas comunicacionais que ajudam na divulgação do Conselho de Arquitetura. São instrumentos que estão hierarquizados conforme o fluxograma, por ordem de atuação: Assessoria de Imprensa, Site Institucional; Newsletter, Fan Page Facebook, WhatsApp, Canal Youtube, Cerimonial e Protocolo.



Produção de Roteiros; Organização de Eventos; e Gestão do Evento: antes, durante e pós-evento. Em 2015 o CAU/RR produziu apenas dois eventos:

1. II Seminário de Arquitetura – dividido em dois momentos: 1. Manhã: no auditório da OAB/RR; 2. Tarde: Sede do CAU/RR com oficinas para novo profissionais de arquitetura;
2. Dia do Arquiteto e Urbanista.



## VÍDEOS INSTITUCIONAIS

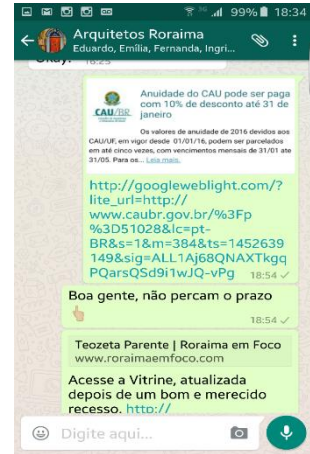
No Canal do youtube.com foram postados 5 vídeos durante o ano de 2015.





## WHATSAPP

Arquitetos e Urbanistas criaram um grupo para interação. A Assessoria de Comunicação participa deste grupo para agilizar o processo comunicacional na hora de divulgar notícias de caráter urgente.



## FACEBOOK

Replicamos matérias dos CAU/UFs e postagens relativas à arquitetura e construção. Foram 403 publicações durante o ano.

## NEWSLETTER

Ferramenta de Newsletter on-line que permite diagramar, editar e enviar notícias institucionais para e-mails pré-cadastrados. Em 2015 foram 15 Campanhas enviadas para os e-mails dos arquitetos de Roraima.





## SITE INSTITUCIONAL – [WWW.CAURR.GOV.BR](http://WWW.CAURR.GOV.BR)

O site institucional foi se aprimorando pois, a plataforma era muita nova e muitos assessores tiveram dificuldades para atualizar o portal. Foram 46 matérias postadas e os cuidados com a gestão de comentários. O Destaque de 2015 para o site foi o espaço criado para os profissionais divulgarem opiniões e ideias “Opinião de Arquiteto”.



## PODCAST

Galeria/Espaço onde áudios e entrevistas ficam expostas para baixar e uso da imprensa, além de rádios on-line.



### **CAU/RRTV**

Por falta de recursos financeiros o CAU TV encontra-se em stand By. Requer captura de imagens, trabalho de edição e posterior postagem. Produção que há um custo. No ano passado foram postadas entrevistas que saíram em programas de televisão, o vídeo-documentário da Casa Grande de Petita Brasil e a filmagem da Festa de Celebração do Dia do Arquiteto e Urbanista.



### **ASSESSORIA DE IMPRENSA**

**CENTIMETRAGEM/MINUTAGEM** - ferramenta que tem o objetivo de mensurar a efetividade da divulgação do projeto por meio da assessoria de imprensa.

Depois de finalizado o clipping – onde as matérias jornalísticas emplacaram – solicitou-se os media kits (Tabelas de Inserções de Mídias) do Departamento Comercial dos veículos. Nessas tabelas estão detalhados os preços dos anúncios publicitários. A partir desses preços, relaciona-se os valores com os minutos e centímetros conseguidos por matérias jornalísticas por meio da mídia espontânea (mídia gratuita). É essa relação que chamamos de retorno de mídia. Trata-se do valor que deveria ser investido, caso os espaços publicitários tivessem sido contratados pela Agência de Publicidade e Propaganda.

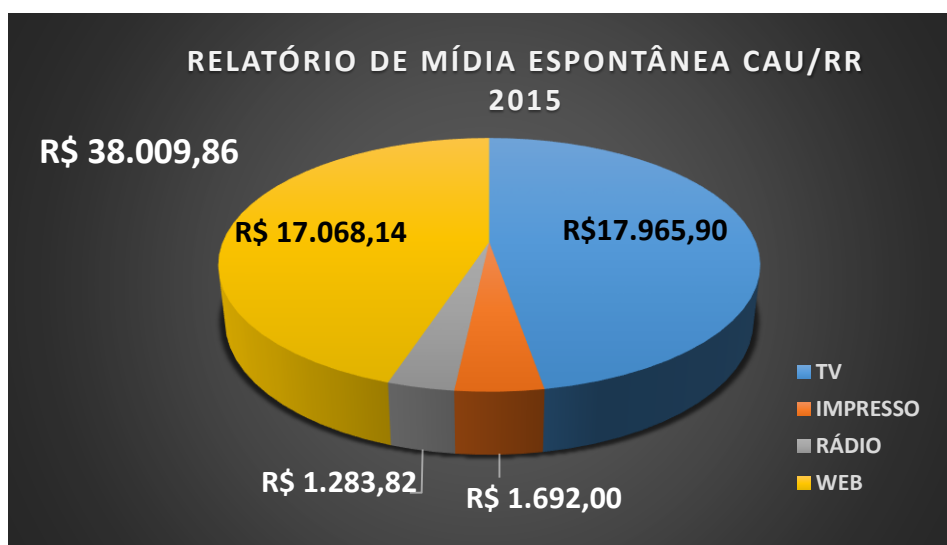
O valor economizado aproximado com mídia espontânea/gratuita em 2015 foi de **R\$ 38.009,86**. O montante refere-se à ação proativa da assessoria de imprensa prestada ao Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Roraima (CAU/RR). Este valor se deve ao grande número de matérias emplacadas em diversos veículos e porque, sobretudo, foram muitas matérias emplacadas na Globo, o veículo com maior preço de anúncio de publicitário.

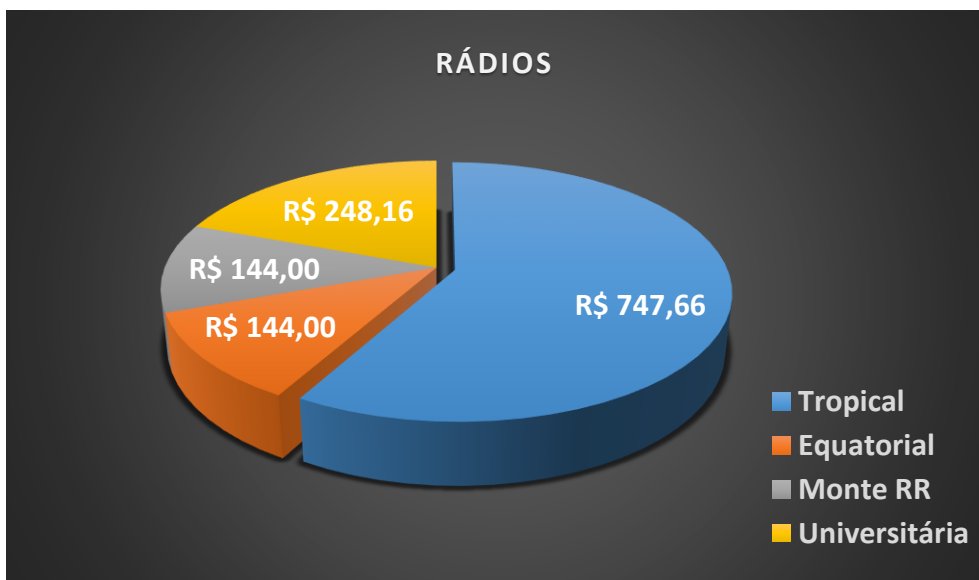
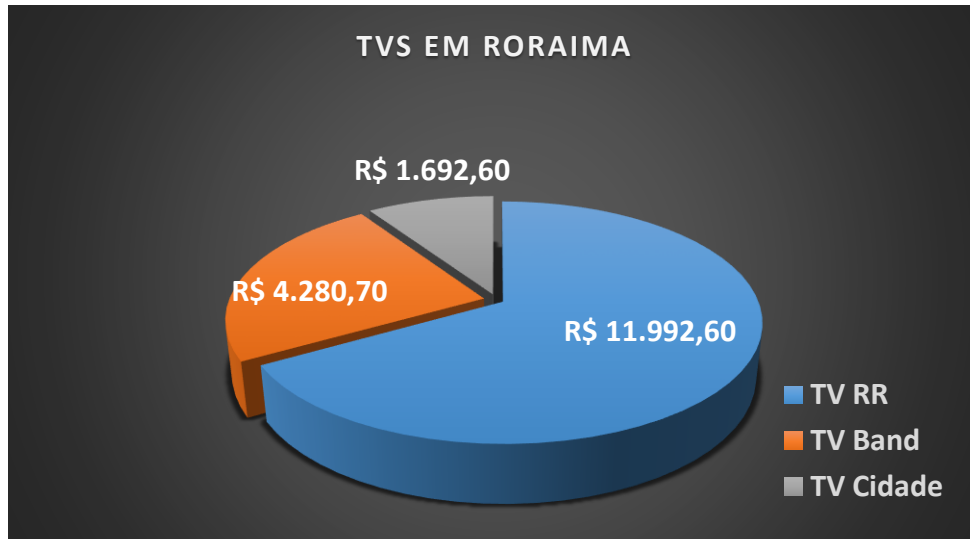


Em comparação das mídias de maior penetração do CAU/RR, destacam-se a TV e WEB, com mais de 50% de cada segmento. A TV Roraima foi a que mais conseguiu-se entrada, seguidas da emissora Band e TV Cidade. Entre os sites de notícias o Portal Roraima em Foco foi um grande parceiro em 2015, seguido do G1 Roraima.

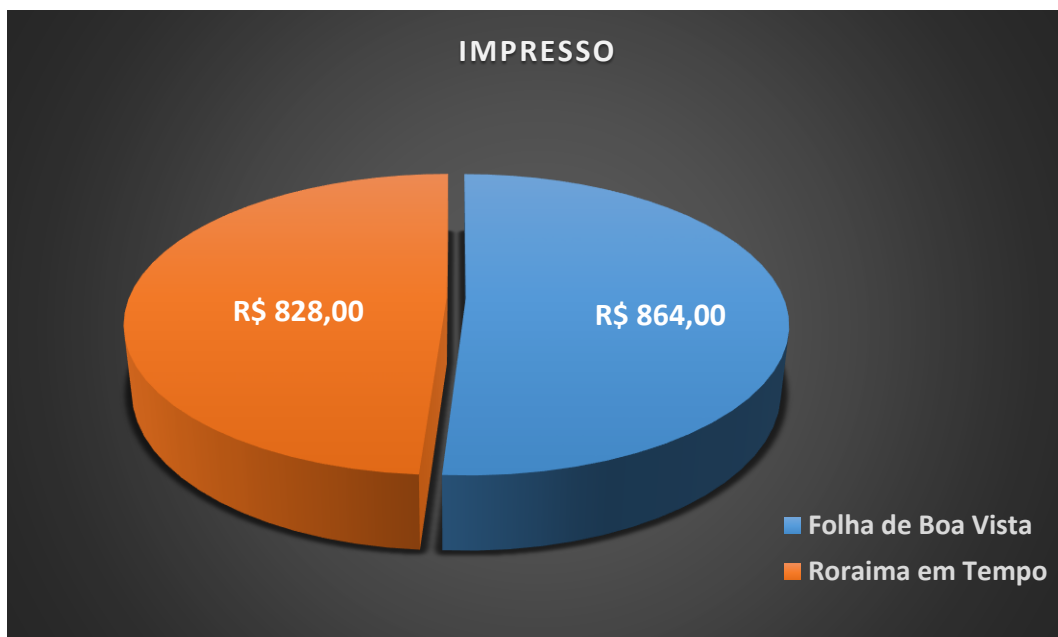
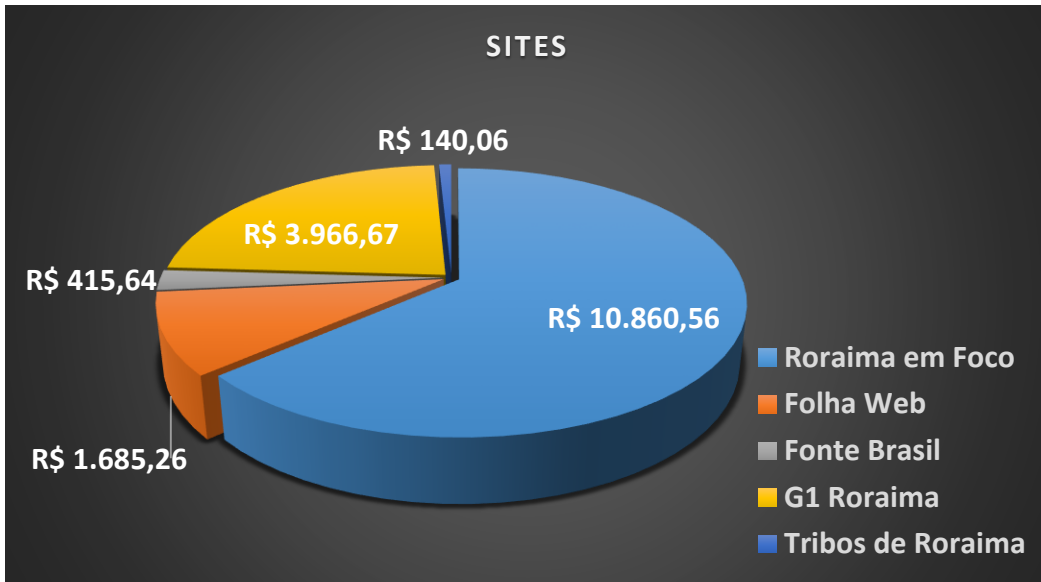
Já na análise a Tropical conseguimos matéria emplacada com áudios enviados por e-mail, estratégia eficaz quando há escassez de repórteres. Com a mesma estratégia, conseguimos espaço na Rádio TV Universitária, seguida pela Rádio 93 FM. Na Rádio Folha AM, conseguimos 1h de entrevista com a presidente Perpétua Barbosa, o que resultou em meia página no Jornal impresso, o que representa excelente economia para o financeiro em mídia do Conselho.

Nos jornais impressos da Cidade, ainda há problemas de conseguir matérias pagas, uma vez que vivemos momento ímpar da economia. Os jornais preferem vender espaço para sobreviverem no mercado. Entretanto, conseguimos entradas gratuitas na Folha de Boa Vista e o Jornal Roraima em Tempo. Em se tratando dessas publicações gratuitas conseguimos matérias positivas e com bastante tempo.













Boa Vista/RR, 23 de fevereiro de 2016.

**Dennis Martins**  
Jornalista MTE 337/RR  
Analista em Comunicação