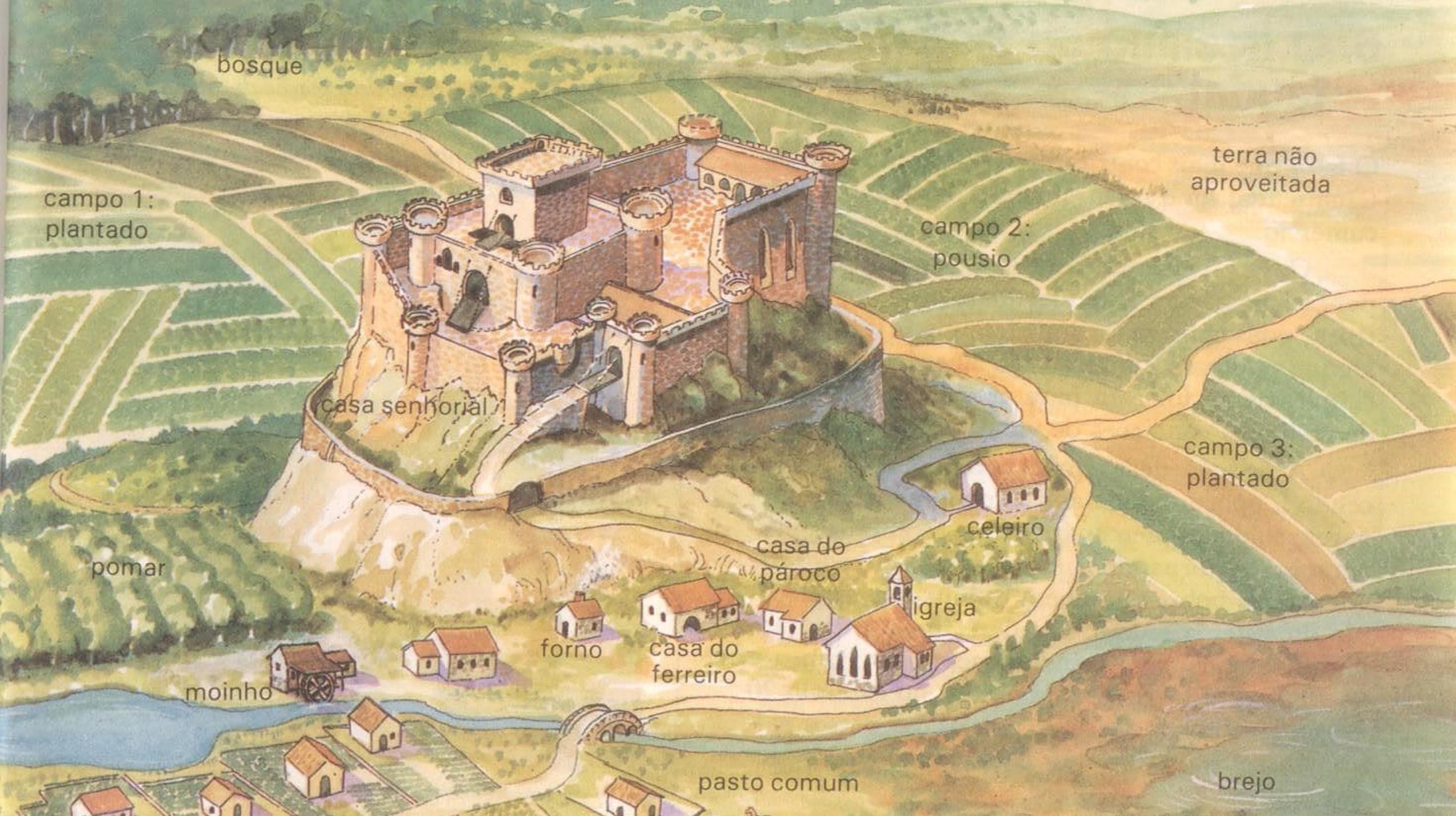


Como se comunicar bem





bosque

campo 1:
plantado

terra não
aproveitada

campo 2:
pousio

casa senhorial

campo 3:
plantado

pomar

celeiro

casa do
pároco

forno

casa do
ferreiro

igreja

moinho

pasto comum

brejo





“Os órgãos públicos têm a obrigação de informar aos cidadãos sobre temas que garantam seus direitos.”

“A comunicação pública é garantidora de direitos.”

POR QUE SE COMUNICAR?

- Apresentar o COREN como porta-voz da Enfermagem de Rondônia;
- Construir narrativas sobre o trabalho que está sendo realizado. A narrativa é do porta-voz. Mas ela tem que ser viva e ganhar reconhecimento;
- Para que a marca do Coren-RO seja posicionada pelos seus porta-vozes e não por terceiros.

Se você não ocupa um espaço, alguém vai ocupar

PRESS

COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A INTERNET DISTRIBUI EM ESCALA

POPULAÇÃO
TOTAL



211
MILHÕES

LINHAS
ATIVAS



215
MILHÕES

PENETRAÇÃO
102%

USUÁRIOS DE
INTERNET



149,1
MILHÕES

PENETRAÇÃO
70%

USUÁRIOS
ATIVOS NAS
REDES SOCIAIS



140
MILHÕES

PENETRAÇÃO
66%

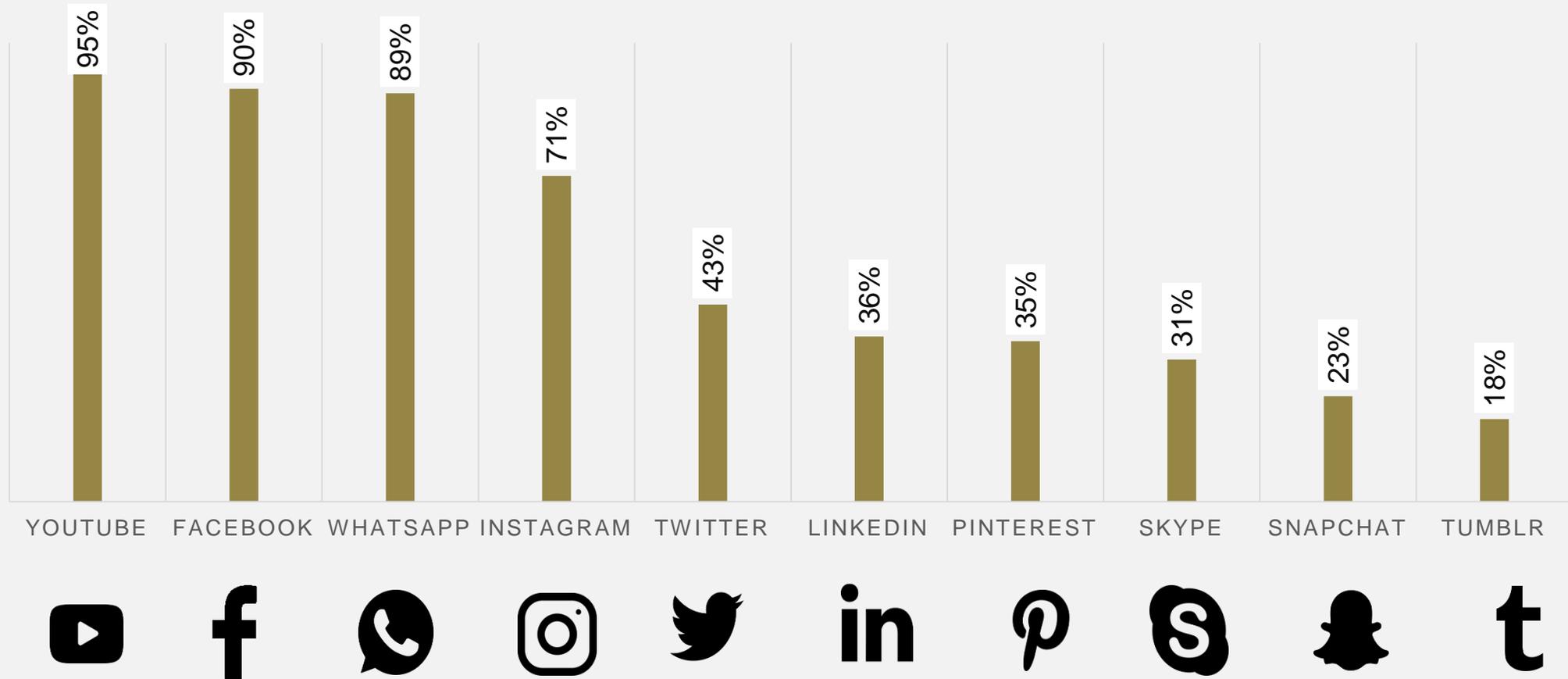
USUÁRIOS QUE
ACESSAM AS
REDES VIA MOBILE
DEVICES



130
MILHÕES

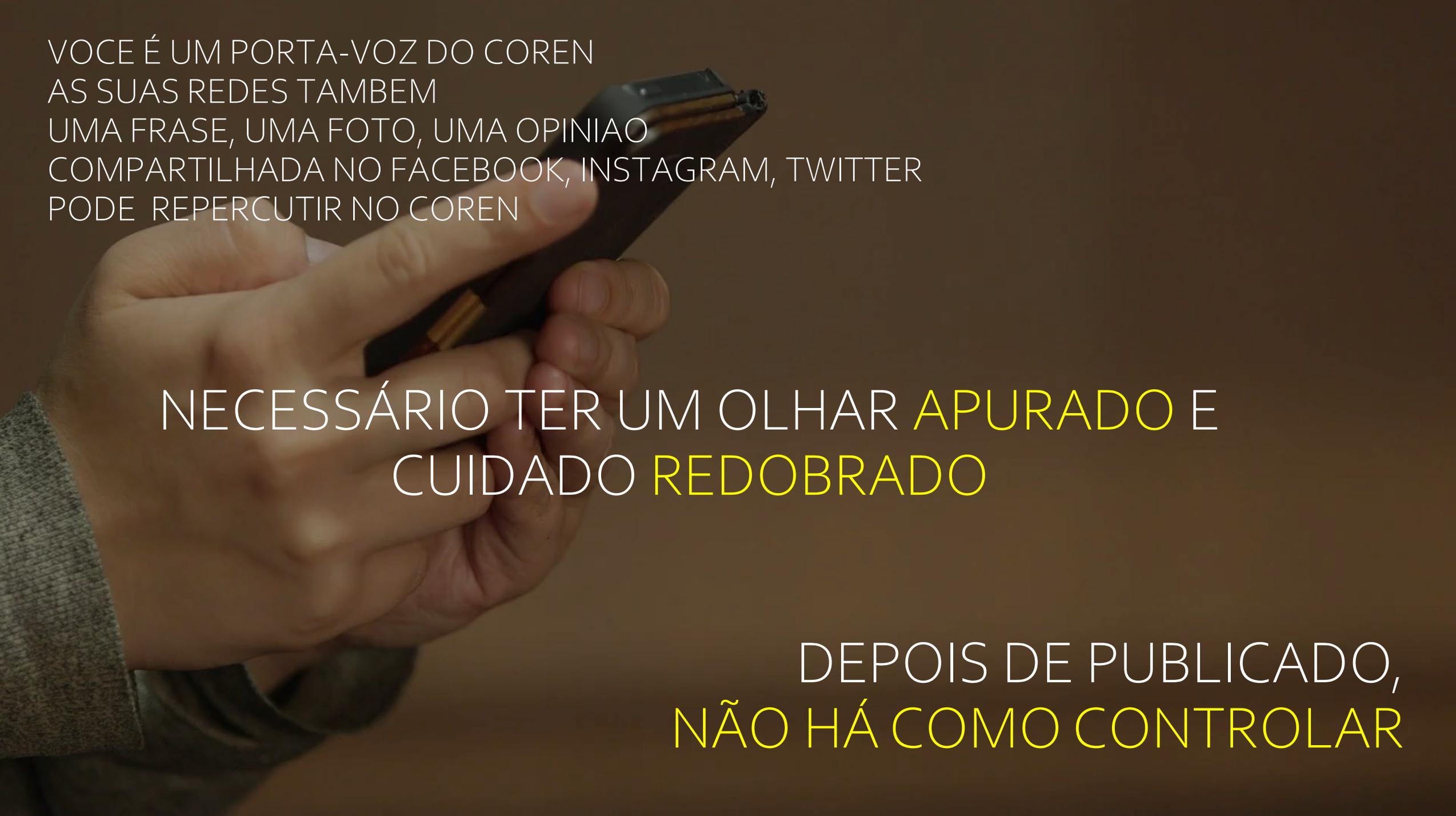
PENETRAÇÃO
61%

REDES MAIS ATIVAS



A close-up photograph of a person's hand in a dark suit jacket, holding a glowing yellow lightbulb. The background is dark, and the lightbulb is the primary source of light, casting a soft glow on the hand and the surrounding area.

CONTEÚDO DE
QUALIDADE
ADEQUADO AOS
PÚBLICOS E PERFIS DE
CADA REDE SOCIAL

A close-up photograph of a person's hand holding a black smartphone. The hand is positioned on the left side of the frame, with the thumb and index finger visible. The phone is held vertically. The background is a solid, dark brown color. The text is overlaid on the image in white and yellow.

VOCE É UM PORTA-VOZ DO COREN
AS SUAS REDES TAMBEM
UMA FRASE, UMA FOTO, UMA OPINIAO
COMPARTILHADA NO FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER
PODE REPERCUTIR NO COREN

NECESSÁRIO TER UM OLHAR **APURADO** E
CUIDADO **REDOBRADO**

DEPOIS DE PUBLICADO,
NÃO HÁ COMO CONTROLAR

TODO CUIDADO
É POUCO

TANTO NO
PESSOAL COMO
NO PROFISSIONAL

Caso do JUIZ Itagiba Neto.

Televisão

Após comentário racista, William Waack tem contrato rescindido pela Globo



William Waack teve seu contrato com a Globo rescindido



Funcionário da Votorantim é demitido após homofobia no LinkedIn

Empresa divulgou momento da demissão do ex-colaborador após internautas pedirem um posicionamento



Rafael Mury, Líder de Comunicação Interna no Nubank, fala em nosso blog sobre o papel da liderança LGBTQAI+ na construção de organizações mais...visualizar mais



A importância da liderança LGBTQAI+ nas empresas
blog.nubank.com.br



hiz • 3º e +
Sales Consultant | Votorantim Cimen...

Lider é Lider, independente da escolha sexual.
Agora ter um Líder LGBT.....
É de uma idiotice sem tamanho.



Votorantim Cimentos
481.132 seguidores
12 h

A Votorantim Cimentos reforça que não admite discriminação ou preconceito de nenhuma natureza, sejam eles de raça, religião, faixa etária, sexo, convicção política, nacionalidade, estado civil, orientação sexual, condição física ou quaisquer outros. A empresa também reitera que possui respeito às pessoas como valor incondicional e condena qualquer postura que não esteja condizente com o seu Código de Conduta. Com isso, após análise desse comportamento repudiado pela empresa, esclarecemos que o autor do post não faz mais parte do quadro de empregados da Votorantim Cimentos.

👍 • 54 gostaram | 💬

A INTERNET NUNCA ESQUECE!

NÃO EXISTE A PALAVRA
"APAGAR" NA WEB

CUIDADO COM AS FAKE NEWS

UMA MENTIRA CONTADA MIL VEZES VIRA VERDADE

- Para 91% dos profissionais de saúde brasileiros, as *fake news* em saúde são um obstáculo no combate ao novo coronavírus;
- 76,1% declararam ter atendido pacientes que expressaram fé em *fake news* sobre a Covid-19;
- Apenas 29,3% concordam que os posicionamentos das autoridades sanitárias sobre a Covid-19 são consistentes e esclarecedores;
- 9 a cada 10 brasileiros foram expostos a *fake news* sobre a pandemia e 7 a cada 10 brasileiros acreditaram em fake news.

TOP 5 FAKE NEWS

- Globo fica com dinheiro do Criança Esperança
- Abono salarial para quem tem mais de 70 anos
- Salário maternidade de R\$3.200 para quem tem filhos de até 5 anos
- Ponte Rio-Niterói está com rachadura
- Outra tragédia Richtofen



Tigela de água com alho recém-fervida cura o coronavírus;

Banho muito gelado ou muito quente combatem o novo coronavírus;

Estudo conclui que fumar maconha torna pessoa imune ao novo coronavírus;

Novo coronavírus não resiste ao calor à temperatura de 26°C ou 27°C;

Ozonioterapia mata o novo coronavírus;

Vídeo mostra telhado cheio de morcegos como fonte do coronavírus na China.

COMO GERIR A RELAÇÃO COM A IMPRENSA?

...against the BND's maneuverability.
But, soon the tide was turned as Vlado Lencic in his 1944 P-51 Mustang began the chase of the Zero.
The P-51's speed outdid the Zero's maneuverability, but to

...LINE BOMBING PLANS CARRY 4 IN TO ENEMY
...REVENGE OF BOMBING...
...TRANSFER OF BOMBING TO AIR DEFENSE SIGHT

Tokyo, Yokohama, Kobe
And Nagoya Hit in Big
Three-Hour Offensive

Strait
EDUCATIO
right str



...Tokyo, Yokohama, Kobe
And Nagoya Hit in Big
Three-Hour Offensive
...The Bombers...
...The Bombers...
...The Bombers...

...The Bombers...
...The Bombers...
...The Bombers...
...The Bombers...
...The Bombers...



OCUPANDO
ESPAÇOS



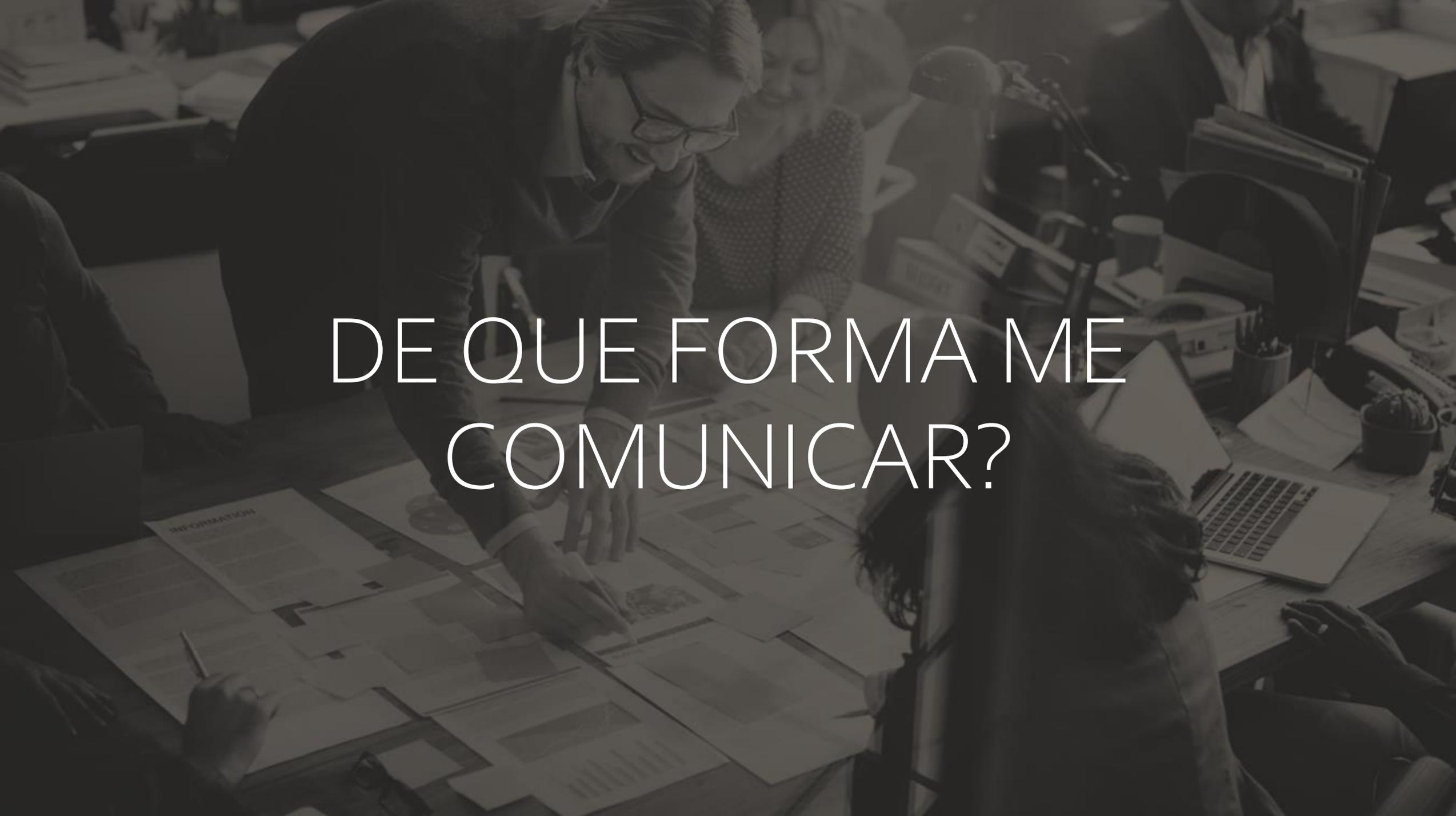
AMPLIFICANDO
MENSAGENS



REFORÇANDO
A IMAGEM

COMUNICAR É A OPORTUNIDADE DE MOSTRAR

- O VALOR DO SEU COREN
- A SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL
- A SUA VERSÃO DOS FATOS



DE QUE FORMA ME
COMUNICAR?



1. VISUAL

- ▶ As pessoas estão condicionadas a avaliarem o outro instantaneamente.
- ▶ A maneira como nos apresentamos influencia decisivamente (inclusive para conquista de espaços nos veículos).
- ▶ Precisamos nos adaptar para a realidade do momento (sem perder a informalidade).
- ▶ Você dá atenção à sua imagem ou se assusta quando aparece em uma foto ou vídeo?



- ▶ Sua voz deve transmitir entusiasmo. Em uma entrevista ou discurso você está envolvendo o outro em suas ideias e posicionamentos.
- ▶ Um tom de voz cheio de energia aumenta o nível de retenção das mensagens. Veja o exemplo dos narradores de futebol no rádio comparados com os mesmos profissionais na televisão.

2.VOCAL



- ▶ Seja claro em sua narrativa.
- ▶ Use analogias. Dê exemplos. Facilite o entendimento do interlocutor.
- ▶ Fale com calma e coerência

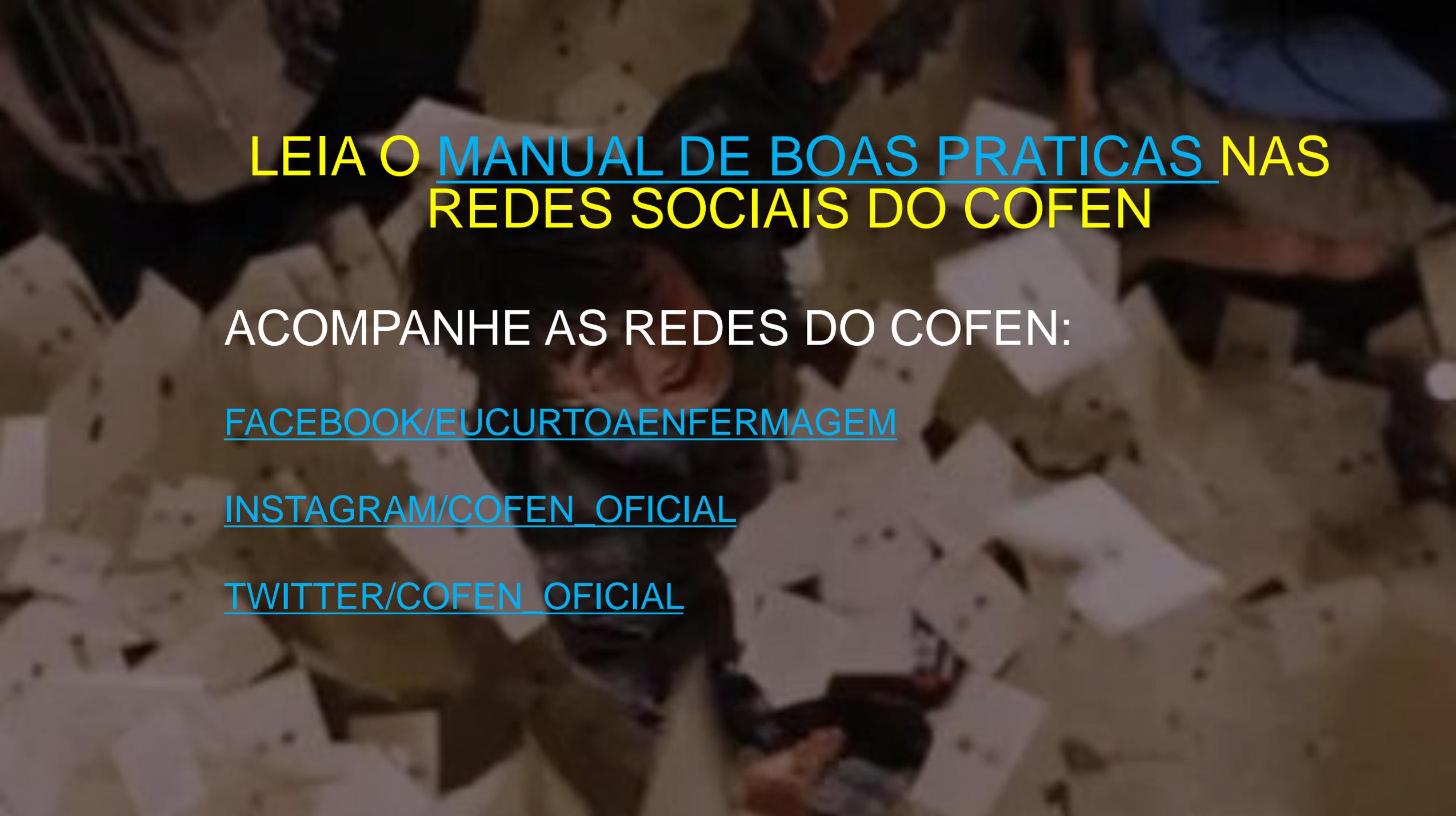
3. VERBAL

A high-angle, top-down photograph of a group of people in a meeting. The floor is covered with many scattered white papers, suggesting a brainstorming session or a chaotic meeting. The people are seen from above, some looking towards the center. The lighting is somewhat dim, and the overall tone is professional and busy.

VALORIZE
A MENSAGEM

A high-angle, top-down photograph of a person with dark hair, wearing a dark jacket, looking down at a floor covered in scattered papers. The person is positioned in the center-left of the frame. The floor is light-colored and covered with numerous white papers of various sizes, some of which are slightly crumpled or folded. The lighting is somewhat dim, creating a somber or chaotic atmosphere. The text "EVITE" is written in yellow and "CRISES" is written in white, both in a clean, sans-serif font, centered over the person's face and the papers.

EVITE
CRISES

A group of people, including children and adults, are sitting on the floor in a circle, reading papers. The scene is dimly lit, with the primary light source coming from the papers they are holding, creating a warm, focused atmosphere. The background is dark, making the white papers stand out.

LEIA O MANUAL DE BOAS PRATICAS NAS REDES SOCIAIS DO COFEN

ACOMPANHE AS REDES DO COFEN:

[FACEBOOK/EUCURTOAENFERMAGEM](https://www.facebook.com/eucurtoaenfermagem)

[INSTAGRAM/COFEN_OFICIAL](https://www.instagram.com/cofen_oficial)

[TWITTER/COFEN_OFICIAL](https://twitter.com/cofen_oficial)

OBRIGADO

Laércio Tomaz