



# Bianca Marder Dreyer





Em busca de uma reputação positiva: a relação entre identidade, imagem e reputação nos Conselhos de Fiscalização Profissional



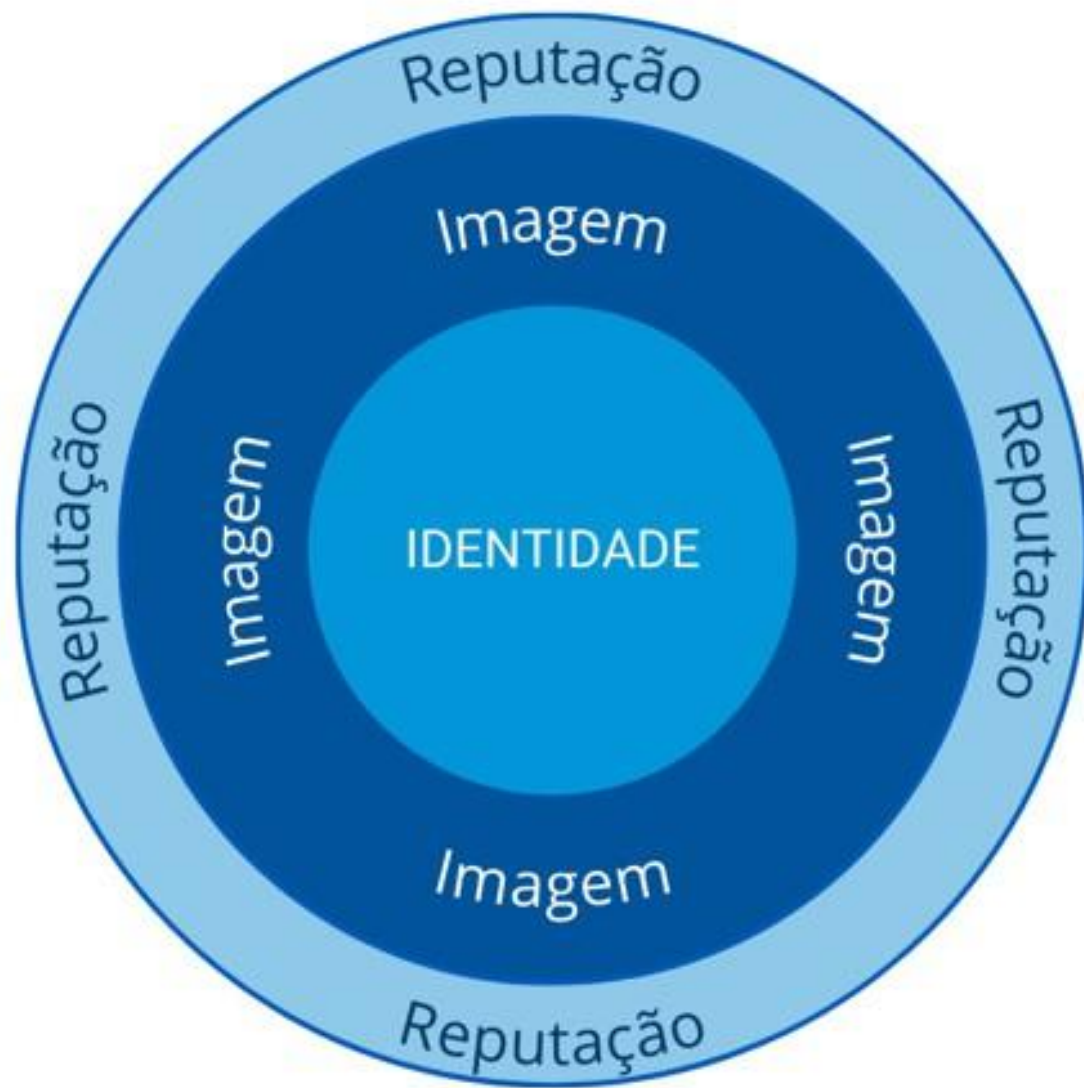
**ga**  
CONFERÊNCIA  
NACIONAL DOS  
CONSELHOS  
PROFISSIONAIS

OS EIXOS CENTRAIS DE 2024: A SUPERVISÃO  
DOS CONSELHOS FEDERAIS SOBRE A ATIVIDADE  
FISCALIZATÓRIA DOS REGIONAIS E O ALCANCE  
DO ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA



# Identidade, imagem e reputação

- São fenômenos de grande importância para o desenvolvimento e posicionamento do CFP na sociedade.
- Uma forte identidade corporativa fornece direção e propósito, aumenta a percepção positiva dos produtos e serviços, ajuda na satisfação dos empregados e reforça a imagem e reputação.
- São elementos presentes nos atos normativos.



# Identidade

- Identidade organizacional é o que é considerado pelos empregados como a essência da organização; o que faz um conselho distinguir-se de outros.
- A identidade não é estável ou fixa, mas social e historicamente construída, estando sujeita a contradições, revisões e mudanças.
- A identidade não pode ser entendida ou analisada como algo homogêneo e de consenso dos membros da organização.
- Identidade é a coleção de atributos vistos como específicos da organização por seus membros.

# Identidade

- É uma única identidade, por se tratar de uma só organização, mas é vista, vivida e praticada por indivíduos com percepções, visões e perspectivas distintas.
- Identidade corporativa: está relacionada ao modo como a administração apresenta suas ideias-chave ao público externo, por meio de comportamentos, produtos e comunicação.
- Identidade organizacional: está mais voltada para o relacionamento que se desenvolve entre os empregados e a organização como um todo. É o DNA da organização.

# Identidade Corporativa

- Identidade corporativa é uma apresentação interna e externa da organização e do seu comportamento.
- Existem três elementos que definem a identidade:
  - Comportamentos
  - Símbolos
  - Comunicação



# Identidade Corporativa

- **Comportamento:**

- O comportamento dos membros da empresa é o meio mais efetivo por intermédio do qual a identidade corporativa é criada, pois é mediante ele que os públicos podem julgar as ações da empresa. Esse comportamento traduz, em grande parte, “quem somos enquanto organização”.

# Identidade Corporativa

- **Símbolos:**

- Os símbolos consistem de imagens: fotografias, ilustrações, material gráfico, marcas, logotipos, que de certa forma apoiam as ações e o processo de comunicação e lhes dão suporte.
- Os símbolos necessitam harmonizar-se com outras formas de expressão da identidade corporativa, uma vez que o nome e o estilo visual muitas vezes podem ser importantes para fazer com que a organização se posicione como única, dando-lhe a característica de distintividade em relação a outras organizações.

# Identidade Corporativa

- **Comunicação**

- A organização pode escolher e direcionar as mensagens a serem transmitidas a cada segmento de público. No entanto, se as mensagens não forem coerentes e consistentes com seu comportamento, isso pode gerar falhas na percepção de suas partes interessadas.

# Identidade Corporativa

- Uma forte identidade corporativa é efetiva nos seguintes aspectos:
  - Motiva os empregados
  - Inspira confiança em grupos externos da organização
  - Reconhece o propósito vital dos profissionais

# Identidade organizacional

- Quem somos enquanto organização?
- A identidade organizacional é o que é considerado pela maioria dos empregados como a essência da organização, o que faz a organização se distinguir de outras e o que é percebido como estável ao longo do tempo.
- Existem três características da identidade organizacional:
  - Centralidade
  - Distintividade
  - Permanência

# Identidade organizacional

- **Centralidade**

- Tem como foco os atributos fundamentais que representam o que a organização é, seus objetivos estratégicos e sua missão.
- Refere-se à característica do que é central como um sistema interno de crenças, valores e normas que constrói o sentido para os empregados sobre o que é a organização, direcionando suas ações.

# Identidade organizacional

- **Distintividade**

- Define sua individualidade, separando-a do todo, diferenciando-a do grupo, promovendo sua unicidade.

- **Permanência**

- Enfatiza a longevidade da identidade organizacional, os atributos que são mantidos ao longo do tempo, perpassam gerações, sustentam o sentido de onde viemos, por que somos o que somos, como nos percebemos na relação histórica.

## IDENTIDADE CORPORATIVA

Implica a escolha de símbolos, nome, slogan que representam a organização.

Foca a visibilidade e atratividade da organização, de seus produtos e de seus serviços. Como apresentar a organização para as partes interessadas, qual a abordagem mais adequada?

Utiliza, em geral, televisão, jornais, revistas, vídeos, internet etc.

## IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

Vai além das percepções do que representa a organização, considerando os sentimentos e pensamentos dos próprios membros sobre o que os define como uma organização.

Analisa as percepções do público interno sobre o que constitui e determina a organização, como ela é vista, quais os atributos que a definem etc.

Ocorre nas interações interpessoais, sendo diretamente experimentada mediante os comportamentos e as linguagens do dia a dia.



# Gerenciamento da identidade

- A alta administração pode exercer um papel significativo no gerenciamento da identidade, transmitindo de forma precisa suas crenças aos membros da organização.
- Um efetivo gerenciamento da identidade estreita o relacionamento com as partes interessadas e resulta em uma imagem corporativa favorável.
- É a partir da percepção e da interpretação da identidade pelas suas distintas partes interessadas que a imagem corporativa é constituída.

# Como diagnosticar e elaborar a identidade do CFP?

- Ferramenta: Matriz de identidade de marca corporativa
- A identidade é composta por nove componentes inter-relacionados
- Cinco diretrizes da matriz:
  - Seja conciso
  - Seja direto
  - Procure o que é característico
  - Seja autêntico
  - Procure o que é atemporal

<b>EXTERNO</b>	<b>PROPOSTA DE VALOR</b> Quais são nossas principais ofertas e como queremos que elas atraiam as partes interessadas?	<b>RELAÇÕES</b> Qual deve ser a natureza de nossos relacionamentos com as principais partes interessadas?	<b>POSIÇÃO</b> Qual é a nossa posição pretendida nas mentes das principais partes interessadas?
<b>EXTERNO/ INTERNO</b>	<b>EXPRESSÃO</b> O que é distintivo sobre a forma como nos comunicamos e nos expressamos e possibilita nos reconhecer à distância?	<b>NÚCLEO DO CONSELHO</b> O que prometemos e quais são os valores fundamentais que resumem o que o nosso Conselho representa?	<b>PERSONALIDADE</b> Que combinação de características ou qualidades humanas forma nosso Conselho?
<b>INTERNO</b>	<b>MISSÃO E VISÃO</b> O que fazemos (missão)? Qual é nossa direção e inspiração (visão)?	<b>CULTURA</b> Quais são nossas atitudes e como trabalhamos e nos comportamos?	<b>COMPETÊNCIAS</b> Em que somos particularmente bons e o que nos torna melhores do que outros conselhos?

# Como diagnosticar e elaborar a identidade do CFP?



<b>EXTERNO</b>	<b>PROPOSTA DE VALOR</b>	<b>RELAÇÕES</b>	<b>POSIÇÃO</b>
<b>EXTERNO/ INTERNO</b>	<b>EXPRESSÃO</b>	<b>NÚCLEO DO CONSELHO</b>	<b>PERSONALIDADE</b>
<b>INTERNO</b>	<b>MISSÃO E VISÃO</b>	<b>CULTURA</b>	<b>COMPETÊNCIAS</b>



# Imagem institucional

- Imagem é o que o conselho parece ser, como ele se mostra aos outros e, principalmente, como esta divulgação será compreendida e decodificada pelas diferentes partes interessadas.
- A imagem é a organização sob o ponto de vista de suas diferentes partes interessadas.
- Quem trabalha diretamente com a imagem de uma organização? São os profissionais de comunicação. O estabelecimento de imagens positivas depende da comunicação.

# Imagem: um processo de construção simbólica

- Imagem é uma reunião de sentimentos, ideias e crenças que as partes interessadas têm do conselho.
- É uma percepção da organização como um todo, sustentada por diferentes segmentos de partes interessadas.
- A formação da imagem é um processo subjetivo, único, relacionado à experiência individual e, ao mesmo tempo, somatório de sensações, percepções e inter-relações de atores sociais.



# Imagem institucional

- Não temos controle sobre quais imagens as pessoas farão de um conselho, por isso vai depender das experiências que ela tiver com a organização, seu produto ou serviço.
- Cabe à comunicação oferecer informações e experiências que levem as pessoas a formarem imagens positivas.
- A imagem positiva é uma pré-condição essencial para o estabelecimento de relações eficazes com os diversos segmentos de partes interessadas de seu interesse.

Partes interessadas



Imagem

Processo de comunicação



SILP EVENTOS E  
TREINAMENTOS



9ª  
CONFERÊNCIA  
NACIONAL DOS  
CONSELHOS  
PROFISSIONAIS

# Imagem institucional

- Tanto identidade quanto imagem são processos de construção de sentido, sendo identidade “uma construção simbólica de si mesma” e imagem “as interpretações de uma dada realidade”, ambas entendidas como construções simbólicas.
- Um dos itens de avaliação da eficácia organizacional na gestão contemporânea é a capacidade da organização de se projetar e manter uma imagem forte, que possa identificá-la na sociedade. E, para isso, é necessário que ela conte com um processo de comunicação estrategicamente definido e implementado, respeitando as características e demandas de cada grupo de relacionamento.

# O papel da comunicação na gestão organizacional

- Temos clareza da nossa identidade?
- Temos que nos preocupar com a falta de alinhamento entre identidade e imagem?
- Temos que agir para resolver essa discrepância? O que e como fazer?

# Como calcular a porcentagem de sentimentos em relação

ao CED?

PORCENTAGEM DE SENTIMENTOS

=

Total de menções positivas (exemplo: 178)

Total de menções positivas + negativas + neutras

(178)

(43)

(19)

x 100

# Como calcular a imagem do CFP?

IMAGEM  
DA  
MARCA

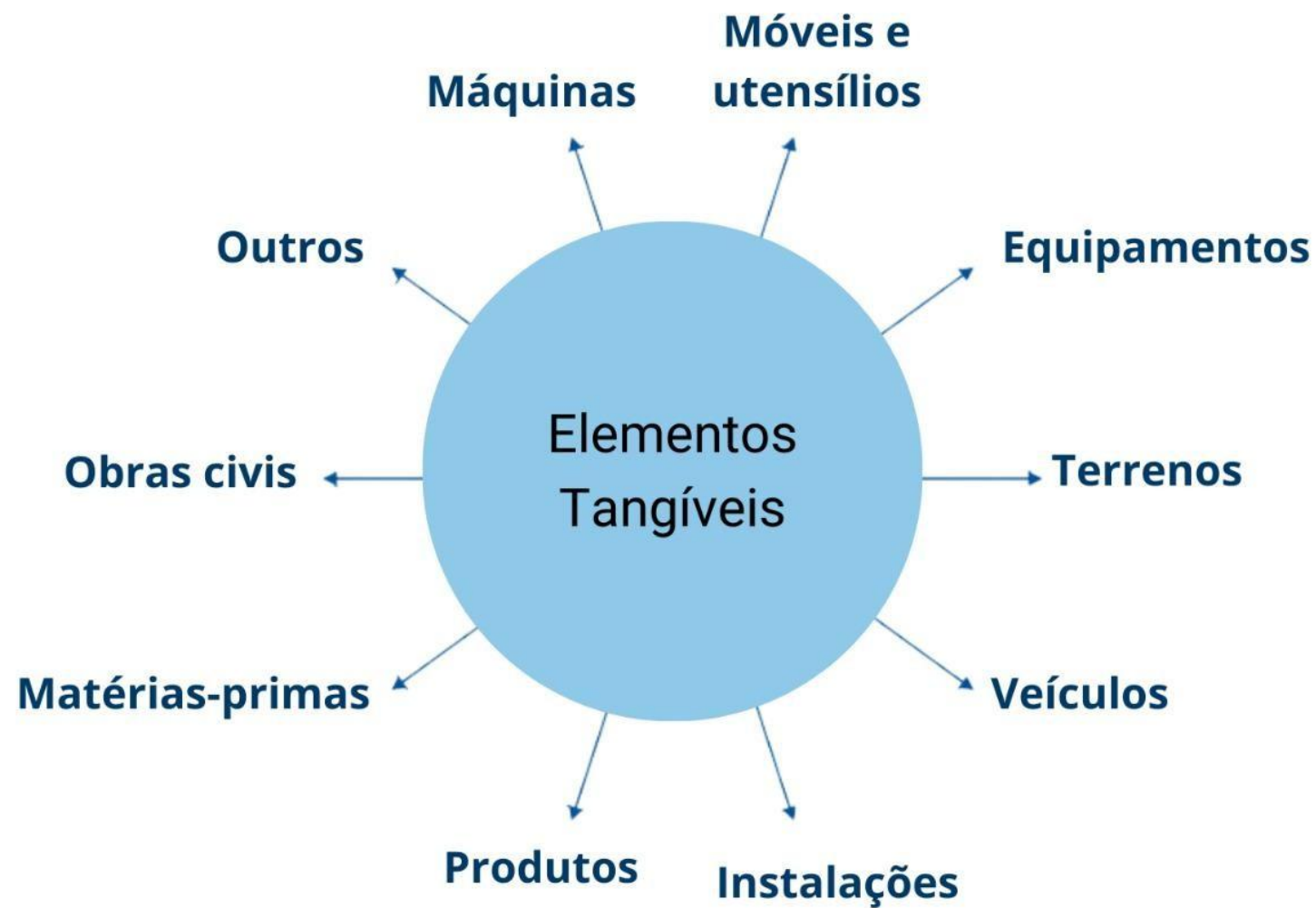
$$= \frac{\text{Total de menções positivas + neutras - negativas}}{\text{Total de menções da marca}} \times 100$$

(exemplo: 500)                      (70)                      (1.200)

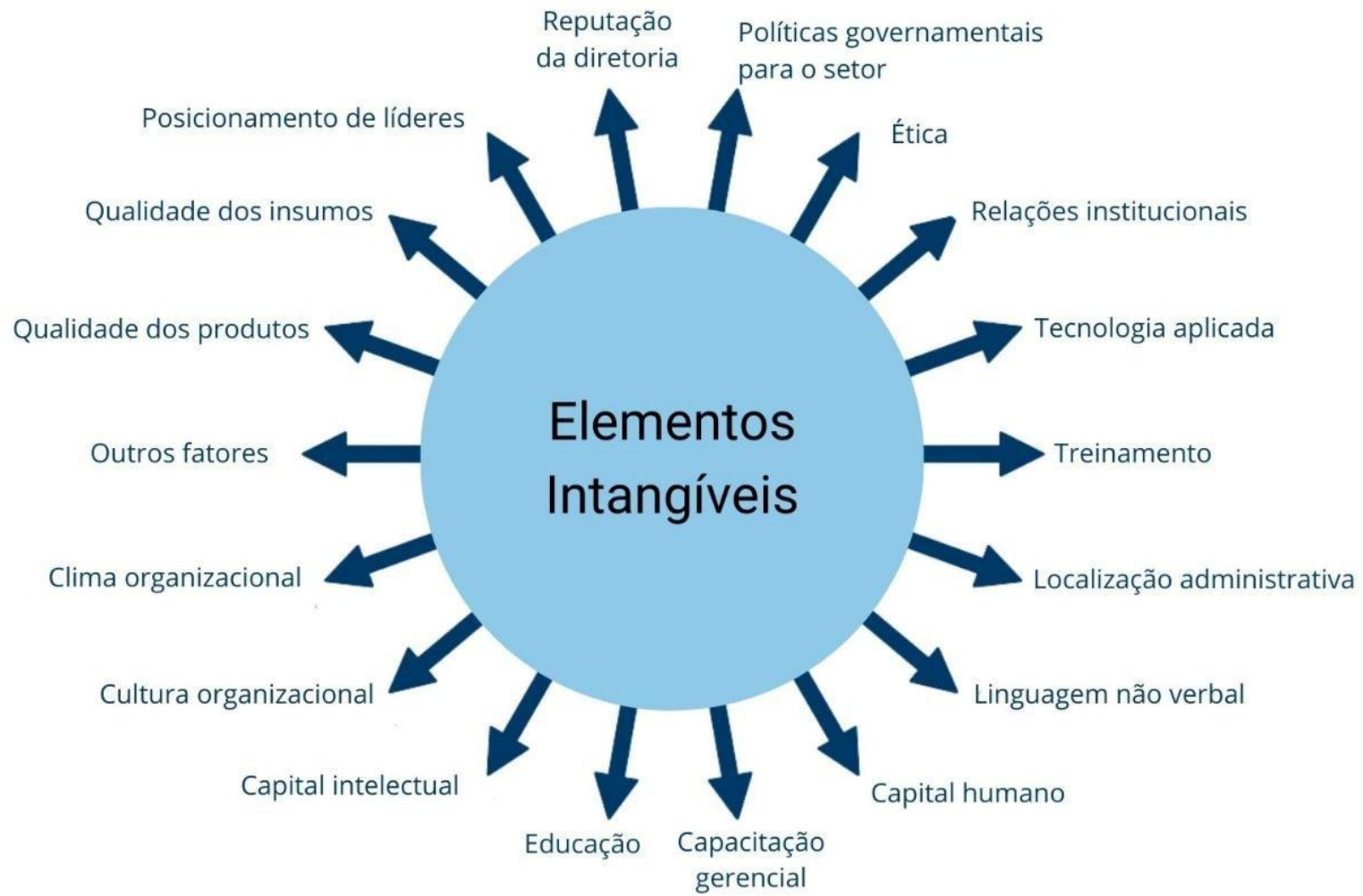
Total de menções da marca (1.770)

# Reputação

- Por que a reputação impõe grandes desafios aos conselhos de fiscalização profissional?
- Reputação é um ativo intangível .
- Ativo intangível diz respeito aos elementos não corpóreos de um CFP.
- A influência dos ativos intangíveis pode ser positiva ou negativa.
  - Ex. reputação da diretoria.







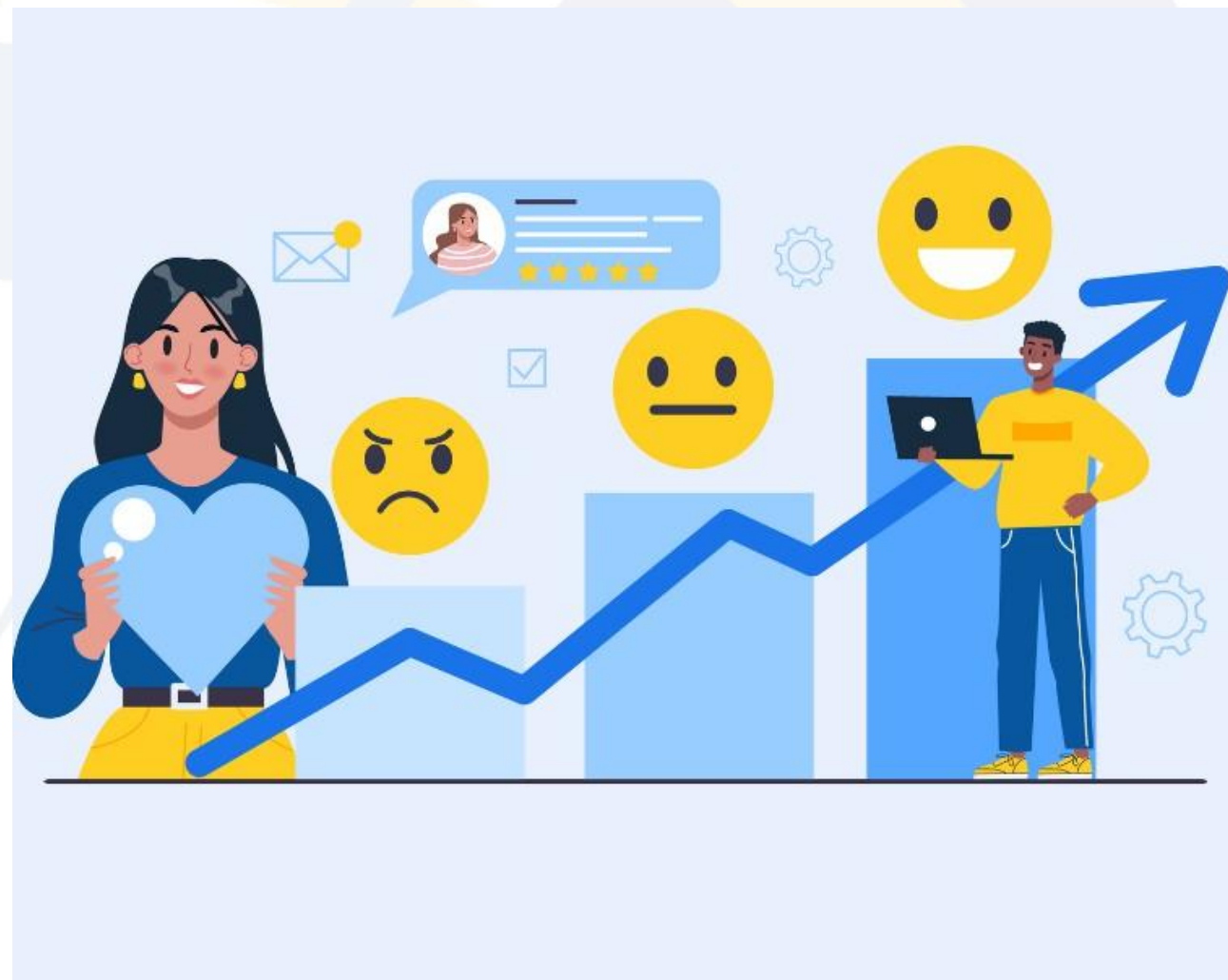
# Reputação

O Reputação é uma percepção das diversas partes interessadas que se relacionam com o CFP.



# Reputação

O  
É construída a partir de múltiplas fontes de informação e experiência, tendo como base as ações e comportamentos do conselho.



# Reputação

- Se uma imagem é transitória e diz respeito a uma característica da organização (bons serviços, sustentabilidade, bom atendimento etc.), a reputação é o resultado de todas essas imagens juntas, que foram oferecidas às partes interessadas ao longo do tempo.

# Reputação

- A maioria das organizações tem imagens, mas poucas chegam a ter uma reputação porque esta é resultado de um processo mais demorado de interação.
- A palavra reputação vem dos termos latinos re, que significa repetidamente e putare, que significa calcular. Assim, reputação significa literalmente calcular repetidas vezes os prós e contras a respeito de um tema, uma organização ou seus produtos.

# Reputação

- Reputação é uma representação coletiva das ações e dos resultados da organização, por meio da qual se demonstra sua habilidade em gerar valor para as múltiplas partes interessadas.
- Cada vez mais as organizações têm procurado estabelecer relações mais estreitas e duradouras com os diversos grupos de relacionamento.
- É preciso construir relações que geram valor para as partes interessadas.

# Reputação

- Alinhamento entre discurso e prática é fundamental para reputação positiva.
- A imagem difere da reputação na medida em que a primeira está relacionada às opiniões mais recentes do público acerca de determinada organização, ao passo que a última representa um julgamento de valor sobre suas qualidades, sendo construída ao longo do tempo.

# Reputação

- Por que a reputação de um conselho é importante?
- As formas de relacionamento com as partes interessadas podem ser tão ou mais determinantes nos resultados do que as estratégias de negócios, pois são estes relacionamentos que vão determinar o grau de estima, admiração, confiança e respeito que asseguram uma reputação forte.



# Comunicação e reputação

- O desafio da comunicação está na aproximação entre aquilo que somos (identidade) e aquilo que queremos que os públicos percebam de nós (imagem).
- A comunicação contribui para a reputação por meio de sete fatores



# Comunicação e reputação

1. Como um CFP responde as crises ou problemas
2. A capacidade de um CFP de se comunicar e cumprir sua missão, visão e valores
3. As comunicações do CFP para as partes interessadas
4. Os prêmios recebidos
5. A comunicação do CFP nas mídias sociais
6. A participação da diretoria em eventos do setor
7. A presença dos líderes em sites e mídias sociais do CFP

# A gestão da reputação

- Gerenciar a reputação tornou-se uma ação de extrema importância para o CFP, pois possibilita a geração de valor público.
- Cada grupo de relacionamento possui objetivos e interesses específicos e lida com a organização de formas distintas.

# A gestão da reputação

- A reputação é responsabilidade de todos na organização. Os fatores que interferem na formação da reputação são:
  - o conselho precisa ser um bom local para se trabalhar
  - o conselho deve fornecer produtos e serviços de qualidade a seus profissionais
  - o conselho deve assumir responsabilidades sociais para benefício das partes interessadas

# A gestão da reputação

- Para que se estabeleça um processo de gestão eficaz da reputação, o conselho deve monitorar quatro importantes aspectos que determinam suas relações:
  - a percepção das partes interessadas
  - o alinhamento dos empregados à estratégia organizacional
  - o cumprimento dos atos normativos
  - as mensagens corporativas veiculadas por meio do processo de comunicação e da metodologia dos níveis de interação

# Como obter reputação positiva?



# Como obter reputação positiva?

- Levar em consideração três aspectos:
  - 1 - Reputação precisa de gestão estratégica e conscientização dos empregados
  - 2 - Reputação permeia toda a organização
  - 3 - Reputação depende das relações com as partes interessadas





# Reputação depende das relações com as partes interessadas

- O real valor das organizações públicas não está apenas no cumprimento de seus deveres legais; está no tipo de relação que ela estabelece com as partes interessadas.
- A participação social está presente em diversos atos normativos, por exemplo, na Lei n. 13.460/2017, que “dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública”. Em seu art. 1º, estabelece normas básicas para participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos prestados direta ou indiretamente pela administração pública.

# Reputação depende das relações com as partes interessadas

- O Decreto n. 9.203/2017 “dispõe sobre a Política de Governança da administração pública federal direta, autárquica e fundacional”. Um dos princípios de governança para o setor público é a “equidade e participação”, e uma das diretrizes para a boa governança é “considerar os interesses, direitos e expectativas das partes interessadas nos processos de tomada de decisão”.
- Metodologia da Relação de Relações Públicas para criar percepção positiva, e prevenir problemas e crises.



# Estratégias de relacionamento para reputação

Nível 1 de interação: Informar

- **Objetivo:** Manter a sociedade informada sobre serviços, produtos, atividades e projetos.
- **Tipo de relação:** relação de mão única na qual a organização produz informações de forma ativa ou passiva.
- **Exemplo:** site, Portal da Transparência e mídias sociais.



cofen\_oficial

cofen\_oficial O primeiro doutorado em Enfermagem da Região Norte foi lançado no Pará, no dia 25/6, fruto da parceria entre a Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e o Programa de Pós-Graduação em Enfermagem da Universidade do Estado do Pará (PPGENF/UEPA).

Com o lançamento, o Pará e a região norte ganham novo espaço para o desenvolvimento de profissionais e estudantes da área da saúde, gerando produção acadêmica, capacitação e ampliando o ensino da Enfermagem.

#Enfermagem #EnfermagemEmEvolução #Cofen

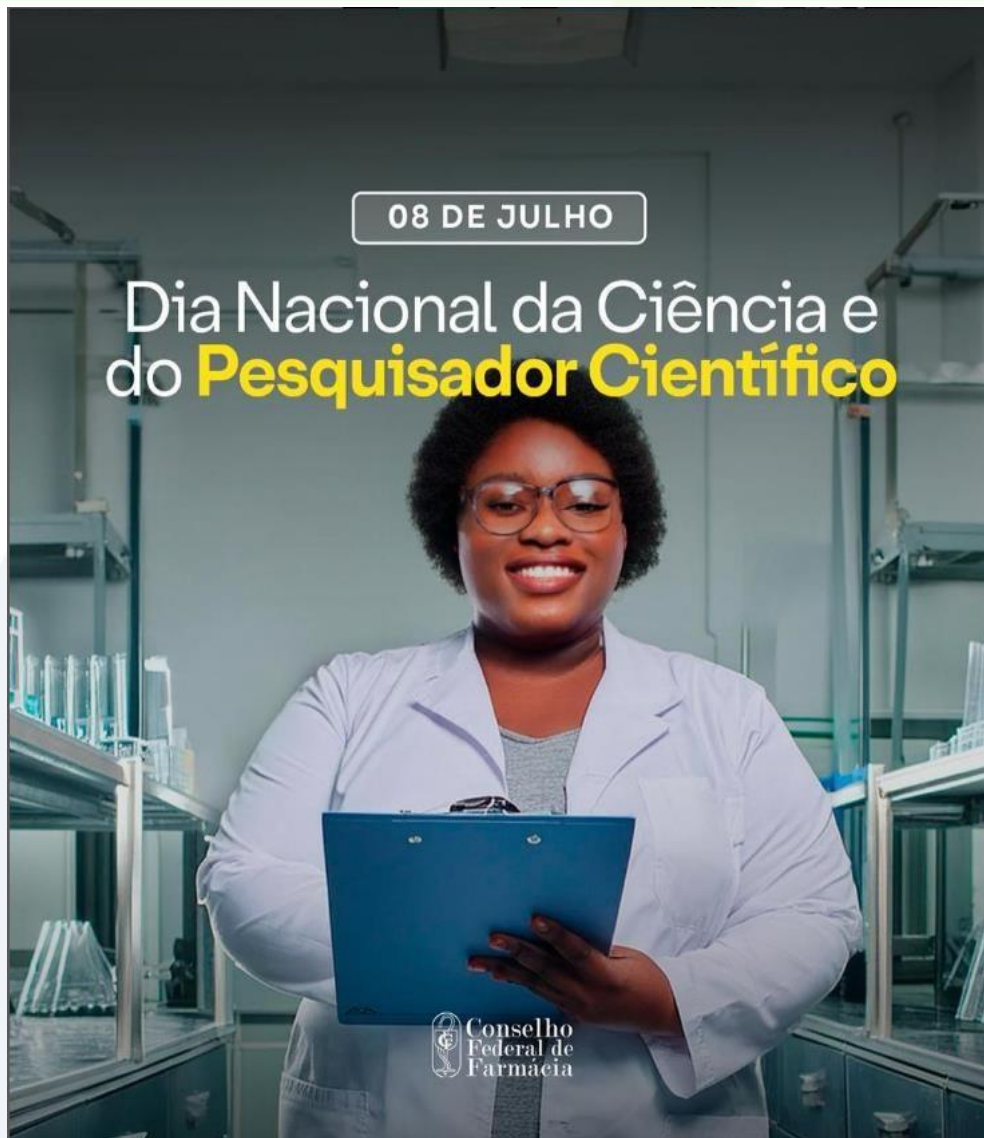
[Contém texto descritivo]  
Editado · 17 min Ver tradução

bianca.reydilla 2 h 1 curtida Responder  
— Ver respostas (1)

jefferson\_ruan1 2 h 1 curtida Responder  
— Ver respostas (1)

5.303 curtidas há 4 horas

Adicione um comentário... Publicar



conselho federal de farmacia



**conselho federal de farmacia** Calendário - O Dia Nacional da Ciência e do Pesquisador Científico, celebrado em 8 de julho, reconhece a importância vital da ciência e da pesquisa para o progresso da sociedade. Entre os profissionais de destaque, os farmacêuticos científicos são essenciais. Eles combinam conhecimentos para, por exemplo, desenvolver medicamentos que tratam doenças, aliviam sintomas e promovem a saúde pública. Seu trabalho inclui desde a descoberta inicial e desenvolvimento de novos fármacos até a realização de testes clínicos e garantia de segurança e eficácia dos medicamentos.

O papel dos farmacêuticos científicos é especialmente crucial durante crises sanitárias, como evidenciado pela pandemia de COVID-19, onde contribuíram significativamente no desenvolvimento de vacinas. Além disso, atuam na farmacovigilância, monitorando os efeitos adversos dos medicamentos para assegurar a segurança contínua dos pacientes.

Esses profissionais também são fundamentais na academia, formando futuras gerações e colaborando em projetos de pesquisa multidisciplinares. No Dia Nacional da Ciência e do Pesquisador Científico, é essencial celebrar a dedicação e a inovação dos farmacêuticos científicos, cujo trabalho incessante melhora continuamente a saúde e o bem-estar da sociedade.

2 sem Ver tradução



Curtido por [wsp.m.s.junior.adalberto](#) e outras pessoas

8 de julho

# ATENÇÃO!

O CRCSP entrará em recesso no dia 30 de maio em razão do feriado de Corpus Christi.

O atendimento pelo portal continua pelo chatbot e em Contato/Fale conosco.

O expediente volta no dia 3 de junho.



#crcspparatodos  
Valorização, transparência  
e comprometimento



crcspoficial • Seguir



crcspoficial Aviso importante!

O CRCSP entrará em recesso no dia 30 de maio, em razão do feriado de Corpus Christi. O atendimento presencial retorna no dia 3 de junho. Até lá, nossos canais de atendimento online, chatbot e e-mail estarão funcionando 24 horas.

Um bom feriado!

#CRCSP #crcspparatodos #Contabilidade

5 d Ver tradução



25 curtidas

há 5 dias



crefito3 • Seguir

Áudio original



crefito3 Acompanhe mais de momentos da Cerimônia de Homenagem aos Fisioterapeutas, Terapeutas Ocupacionais, instituições de Saúde e Ensino, da Grande São Paulo, realizada no último dia 28, no Salão Nobre da Câmara Municipal de São Paulo.

#crefito3 #fisioterapia #terapiaocupacional  
#cerimoniadehomenagem #camaramunicipaldesp  
#fisioterapeutas #terapeutasocupacionais #reconhecimento  
#gratidao #valorização

Editado · 4 h Ver tradução



26 curtidas

há 5 horas



# Estratégias de relacionamento para reputação

- **Nível 2 de interação: Comunicar**
- **Objetivo:** Comunicar e ouvir sugestões sobre os serviços e atividades, dando retorno ao cidadão; propor diálogo.
- **Tipo de relação:** relação bilateral na qual o conselho produz informações de forma a interagir com as partes interessadas
- **Exemplo:** Mídias sociais, Fale Conosco etc.



Sistema de Conselhos de Fonoaudiologia

# Queremos ouvir você



Qual é a sua maior dúvida sobre **Telefonaudiologia**?

**compartilhe nos comentários**



conselhofederalfonoaudiologia



conselhofederalfonoaudiologia Você tem dúvidas sobre Telefonaudiologia?

Queremos ouvir você!

Comente abaixo quais as suas principais questões e colabora para a construção de conteúdos informativos e esclarecedores sobre o tema.

Juntos, vamos promover o conhecimento e a conscientização sobre Telefonaudiologia.

Editado · 1 sem Ver tradução



SILP EVENTOS E  
TREINAMENTOS



# VEM AÍ!

## 1º Encontro de Técnicos e Tecnólogos de Administração de Dourados

As Soft Skills e Hard Skills na Carreira dos Técnicos e Tecnólogos de Administração

07 DE AGOSTO  
19H ÀS 22H



LOCAL:  
Câmara Municipal  
de Dourados

### Palestra

Rota de Integração Latino-Americana (Rila): oportunidades promovendo o empreendedorismo.

### Palestrantes

Profª.Drª Arlinda C.Dorsa (UCDB);  
Prof. Me. Emerson Augusto M.Corazza(IFMS);  
Profª.Drª Edilene Maria de Oliveira (IFMS).

### Mediador

Adm. Valdir da Costa Pereira  
Unigran - Dourados

Acesse o QR Code  
para fazer a inscrição



Realização



Apoio



cra\_ms • Seguir

Câmara Municipal de Dourados



cra\_ms 🍷 Venha participar do 1º Encontro de Técnicos e Tecnólogos de Administração de Dourados! 🍷

👍 Estamos empolgados em anunciar o nosso 1º Encontro de Técnicos e Tecnólogos de Administração de Dourados, um evento dedicado a todos os profissionais e estudantes da área que buscam aprimorar suas competências e se destacar no mercado de trabalho.

👍 Não perca essa chance de impulsionar sua carreira, conhecer profissionais da área e sair na frente no mercado de trabalho. Esperamos você para um dia de muito aprendizado, troca de experiências e networking!

👍 Confira as informações e faça sua inscrição no link: <https://bit.ly/3xSAoPD>

🍷 CRA-MS faz mais por você!!! 🍷

#pratodosverem: publicação sobre o 1º Encontro de Técnicos e Tecnólogos de Administração de Dourados!

#CRAMS #CFA #ADM #CRAs #ProfissionalDeAdm

1 sem Ver tradução



dendryrios Excelente iniciativa



30 curtidas

há 7 dias



Adicione um comentário...

Publicar



## CFF vai elaborar guias gratuitos de implementação da **assistência farmacêutica** em catástrofes



conselhofederaldefarmacia



conselhofederaldefarmacia Publicações - As enchentes que assolam o Rio Grande do Sul revelaram a empatia e a enorme capacidade de mobilização e colaboração da categoria farmacêutica, não só daquele estado, mas de todo o país. Coordenados pelas entidades que os representam, os profissionais se envolveram como voluntários na assistência direta às vítimas e organizaram campanhas de doação, de comida a medicamentos. Mas a tragédia deve deixar um outro legado positivo: a produção de documentos que venham nortear a Assistência Farmacêutica em situações semelhantes, no futuro.

O Plenário do CFF aprovou na última quinta-feira, 23/05, a criação de um Grupo de Trabalho Temporário para a elaboração de guias de implementação da assistência farmacêutica em catástrofes. O suplente de conselheiro federal de Farmácia pelo estado de Santa Catarina, Cláudio Guimarães (@guima.fpolis), aguardava a oportunidade de apresentar a proposta desde o mês passado, antes mesmo das enchentes no RS. A proposta se baseou na experiência dos farmacêuticos de Santa Catarina, estado que historicamente sofre com as emergências climáticas.

Desde o início das enchentes no Rio Grande do Sul, o CFF tem apoiado a produção de documentos norteadores do trabalho farmacêutico na emergência no estado. Três guias já foram produzidos com o apoio da Assessoria Técnica e da Coordenação de Imprensa do órgão.

[➔](#) Clique no link dos stories e leia na íntegra ou acesse



**CFA**  
Conselho Federal  
de Administração

**CRA**  
Conselho Regional  
de Administração

 **cfaadm** • Seguir

 **cfaadm** IGM/CFA 2024 lança dados atualizados hoje e pode ajudar nas eleições municipais deste ano.

Com dados relevantes e interface mais intuitiva, o Conselho Federal de Administração (CFA) disponibiliza, a partir de hoje, a versão 2024 do 'Índice CFA de Governança Municipal (IGM/CFA)'. A ferramenta analisa a situação administrativa de mais de 5 mil municípios brasileiros e serve como bússola para gestores analisarem o desempenho de suas cidades em diferentes aspectos.

#souadm #adm #cfa #cra #administração

1 sem Ver tradução



88 curtidas

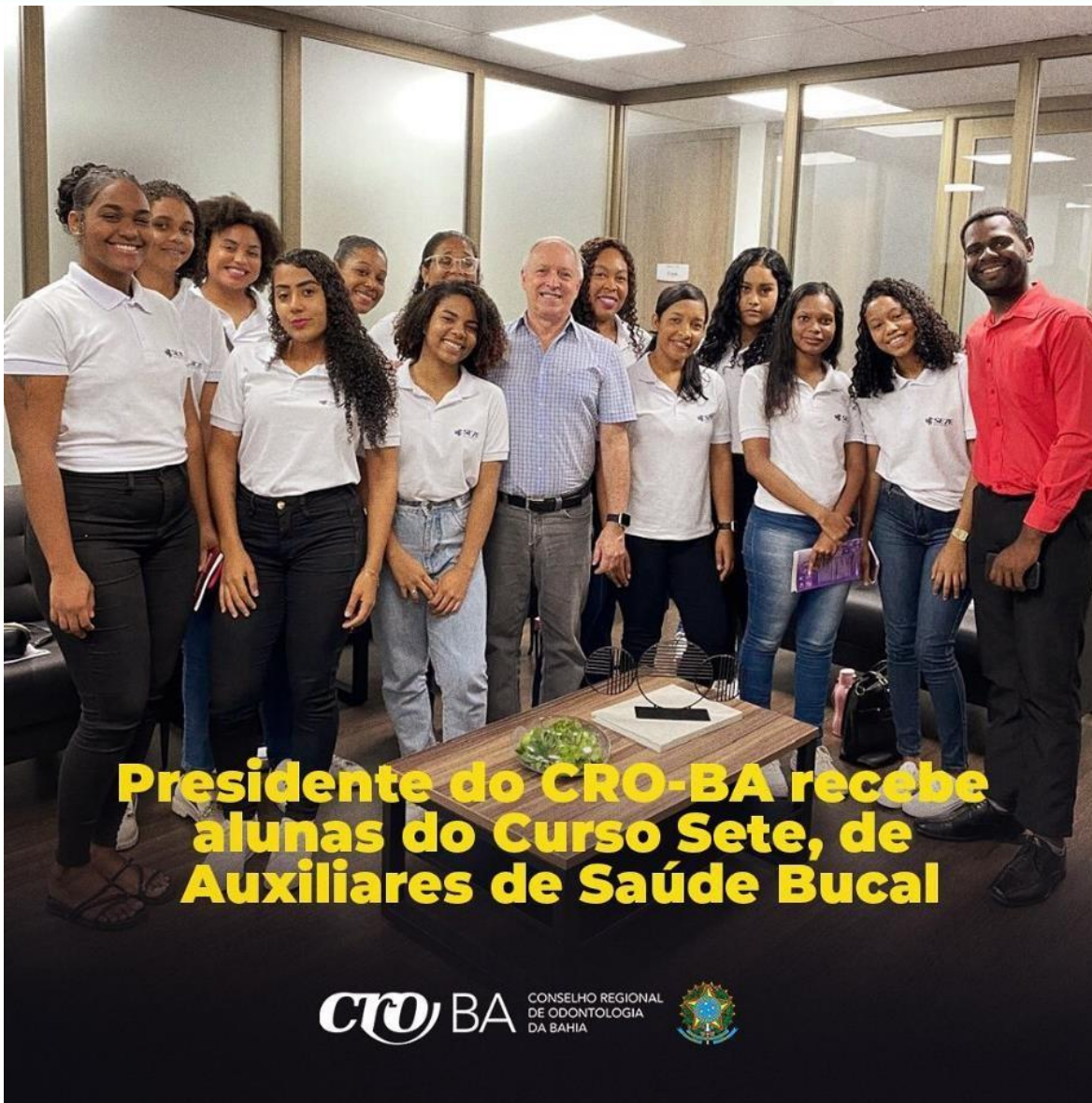
22 de maio

 Adicione um comentário...

Publicar

# Estratégias de relacionamento para reputação

- **Nível 3 de interação: Gerar Participação**
- **Objetivo:** Convidar as partes interessadas para participar de ações específicas em prol das aspirações e preocupações do profissional
- **Tipo de relação:** relação bilateral na qual o conselho proporciona oportunidades para os profissionais colaborarem na resolução de problemas coletivos.
- **Exemplo:** Projetos sociais, campanhas institucionais e ações dirigidas para públicos específicos



## Presidente do CRO-BA recebe alunas do Curso Sete, de Auxiliares de Saúde Bucal

**CRO** BA CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA DA BAHIA 



cro.bahia • Seguir



cro.bahia O presidente do CRO-BA, Dr. Marcel Arriaga, recebeu as alunas do Curso Sete, de Auxiliares de Saúde Bucal, acompanhadas pelo Prof. Abner Luís dos Santos Pereira. Durante a visita, foram apresentadas as atribuições do nosso Conselho e a importância do nosso papel na promoção da saúde bucal.

#CROBA #SaúdeBucal #Odontologia

1 sem Ver tradução



cantinho.saude.bucal 🥰🥰🥰🥰🥰 admiro os CRO que incluem a Equipe Auxiliar nos seus projetos 🥰



6 d 1 curtida Responder Ver tradução

— Ver respostas (1)



ajulia.avila Sucesso total 🙌👏👏



1 sem 3 curtidas Responder Ver tradução



ajulia.avila @se7ecursos



1 sem 3 curtidas Responder



116 curtidas

há 7 dias



Adicione um comentário...

Publicar



# Concurso de Fotografia 4ª ConfeBio

Tema: *Década da Restauração de Ecossistemas*

VOTE NA FOTO DE SUA PREFERÊNCIA

● *Categoria Profissional*

📅 ATÉ 20.SETEMBRO



cfbio • [Follow](#)



cfbio 📷 Agora você já pode votar na fotografia de sua preferência do Concurso de Fotografia da 4ª ConfeBio, que nesta edição vem com o tema a *Década da Restauração de Ecossistemas*. 📷

Foram escolhidos seis finalistas nas categorias Estudante e Profissional.

👉 Para votar, basta acessar a página do site do CFBio através do link disponível na descrição do perfil em "Vote na sua foto de preferência - Concurso de Fotos - ConfeBio 2023".

👉 Os mais votados receberão a premiação durante a 4ª ConfeBio, que ocorrerá no dia 7 de novembro em Brasília (DF). 🏆 🏆

👉 Estamos aguardando a sua participação. Vote hoje mesmo. As votações irão somente até o próximo dia 20 de setembro de 2023.

🔹 CONHEÇA MAIS SOBRE O TEMA DO CONCURSO:



Liked by [passarinheirosdesantamaria](#) and others  
SEPTEMBER 5



Add a comment...

Post



SILP EVENTOS E  
TREINAMENTOS







## 3ª Mostra Nacional de Práticas em **PSICOLOGIA NO SUAS**

*O trabalho da Psicologia  
na efetivação dos direitos  
socioassistenciais*

## Etapa **Centro-Oeste**

14 e 15 de junho de 2024

## Inscrições abertas!

Inscreva-se pelo  
formulário até  
**11 de junho**

Confira a programação em  
[compas.cfp.org.br](http://compas.cfp.org.br) e participe!

Realização:  
Comissão Nacional de  
Psicologia na Assistência  
Social (CONPAS)



crpgoias • Seguir



crpgoias #Repost @conselhofederaldepsicologia

📌 CHEGOU A HORA DA ETAPA CENTRO-OESTE

📅 Então, anote na agenda! As inscrições devem ser realizadas até 11 de junho no site da CONPAS.

♦ A etapa Centro-Oeste será realizada nos dias 14 e 15 de junho em Campo Grande/MS. O evento tem como objetivo fomentar a reflexão sobre o papel da Psicologia na política de assistência social.

Essa é uma ótima oportunidade para profissionais, professoras(es), pesquisadoras(es) e estudantes de Psicologia que atuam na política de assistência social e em outras áreas interseccionais.

A III Mostra é organizada pela Comissão Nacional de Psicologia na Assistência Social (CONPAS) do Conselho Federal de Psicologia (CFP) em parceria com os Conselhos Regionais de Psicologia (CRPs).

🔗 Acesse o edital na íntegra pelo site do CFP!  
([www.site.cfp.org.br](http://www.site.cfp.org.br))

1 sem Ver tradução



editorasuassuna 🌟🌟🌟

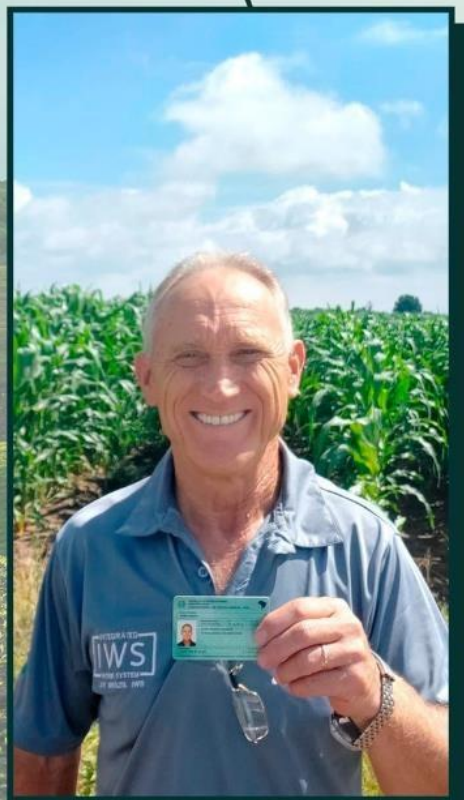


51 curtidas  
22 de maio

Os comentários nesta publicação foram limitados.



**ANANIAS BAIA DE SOUZA**  
Técnico Agrícola em agricultura  
Manhuaçu/MG



**ANDRÉ MAIESKI**  
Técnico Agrícola em agricultura  
Vera Cruz/RS



cftabr • Seguir



cftabr Hoje celebramos mais um ano de dedicação, profissionalismo e comprometimento do Conselho Federal dos Técnicos Agrícolas! 🌱🌾 Fundado em 2020, esse pilar essencial para nossa agricultura completa mais um capítulo de sucesso.

Que possamos continuar a crescer juntos, compartilhando conhecimento e cultivando um futuro mais próspero para todos.

Em comemoração a esta data tão especial, ao longo desta semana, você irá conferir fotos de vários profissionais demonstrando todo o orgulho de fazer parte desta categoria 🧑🌾

#CFTA #TécnicoAgrícola #somostodosCFTA

22 sem Ver tradução



agrobaia\_2021 Parabéns pelos 4 anos, que continue sempre sendo esse Conselho diferenciado 🥳🥳🥳🥳



22 sem 1 curtida Responder Ver tradução



jenifferalves1 Parabéns AO CFTA 🥳🥳🥳



22 sem 1 curtida Responder Ver tradução



julianah\_silva Parabéns CFTA, tenho orgulho de pertencer a este órgão ❤️



22 sem 1 curtida Responder Ver tradução



702 curtidas

18 de fevereiro

# Estratégias de relacionamento para reputação

- **Nível 4 de interação: Gerar Vínculo**
- **Objetivo:** Trabalhar em parceria com as partes interessadas para analisar problemas, desenvolver soluções e inovar nas ações.
- **Tipo de relação:** relação bilateral na qual o conselho proporciona oportunidades para os profissionais participarem efetivamente na construção de iniciativas inovadoras.
- **Exemplo:** participação em projetos de médio e longo prazos, oficinas de cocriação, grupos de estudo e contribuição em políticas públicas.



 **conselhofederalfonoaudiologia** ...

 **conselhofederalfonoaudiologia** O Hackathon Fonoaudiologia 2024 está chegando!

Estudantes de Fonoaudiologia, preparem-se para unir forças e apresentar soluções inovadoras que irão elevar o reconhecimento da nossa profissão.

Fique atento às nossas redes sociais e participe dessa empolgante jornada de descoberta e criatividade. 💡💡

#HackathonFono2024 #Inovação #Fonoaudiologia

5 sem Ver tradução

 **fonovirginiaamaral** Top 🌟🌟🌟 ♥

4 sem 1 curtida Responder

 **jaquelinejuim** 🌟🌟🌟 ♥

5 sem 1 curtida Responder

 **gabialenc\_** @thaisgomestorres @feolial vamossss ♥

5 sem 2 curtidas Responder

— Ver respostas (1)

 **kimberlyssantos** @fonouninassau.aracaju ♥

   🔖

 Curtido por acinralopes e outras 2.074 pessoas

29 de abril

 Adicione um comentário... Publicar

## Crefono 4 promove reunião com fonoaudiólogos para articular propostas visando o cumprimento dos parâmetros assistenciais



**CREFONO 4**  
Conselho Regional de Fonoaudiologia da 4ª Região



crefono4 • Follow



O Conselho Regional de Fonoaudiologia da 4ª Região deu mais um passo importante no avanço na defesa dos parâmetros assistenciais da Fonoaudiologia. Nesta terça-feira (05/09), o Crefono 4 promoveu uma reunião com fonoaudiólogos para articular propostas de melhorias na Unidade de Saúde atuada por descumprimento dos parâmetros assistenciais em Fonoaudiologia.

👉 O encontro, na verdade, foi fruto de uma audiência conjunta realizada na semana passada na 16ª Promotoria do Ministério Público de Pernambuco (MPPE). Além do Crefono 4, também marcaram presença na ocasião representantes fiscais e jurídicos do Conselho Regional de Psicologia e do Conselho Regional de Fisioterapia e Terapia Ocupacional, além de um advogado da Unidade de Saúde.

💬 "A ideia da reunião de hoje (05/09) foi ouvir os profissionais que estão na linha de frente, as suas dificuldades e condições de trabalho, a fim de apresentar as sugestões de melhorias ao Ministério Público de Pernambuco", destacou o assessor jurídico do Crefono 4, Maxwell Morais.



Liked by fga.adriana\_simioni and others  
SEPTEMBER 5



Add a comment...

Post

**WEBINÁRIOS**

# Direitos Humanos

Políticas Públicas para  
Garantia da efetivação  
dos direitos de crianças  
e adolescentes

**21/3/2024 • 14h30**

» Transmissão pelo canal do TCU no YouTube

**TCU** TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO



**TCU** tcuoficial

**TCU** #TCUEventos – O Tribunal de Contas da União (TCU) promove, na próxima quinta-feira (21/3), às 14h30, o webinar “Políticas públicas para garantia da efetivação dos direitos de crianças e adolescentes”. O encontro vai reunir gestores públicos, especialistas e representantes da sociedade civil para discutir como melhorar as ações de controle do TCU na área.

O webinar é o oitavo debate da série sobre políticas públicas relacionadas à equidade e aos direitos humanos que começou em 2023. As inscrições estão abertas, e a transmissão será pelo canal oficial do TCU no YouTube. Para participar, acesse o link na bio.


2 sem Ver tradução

**artigo227** 2 sem Responder

**claudiocabrall** 2 sem Responder

222 curtidas  
18 de março

Adicione um comentário... **Publicar**



**café com personal**  
EDIÇÃO 91 | ON-LINE  
*Gestão de Carreira*

**06/JAN**  
TRANSMISSÃO PELO YOUTUBE  
DO CONFEF  
Gratuito e com Certificado

**MODERADOR** **MODERADOR**

**DR. CLÁUDIO BOSCHI** - CREF 000003-G/MG | **ME. RENNÊ MAZZA** - CREF 004108-G/CE | **ESP. RÔMULO VERAS** - CREF 000540-G/CE  
**ME. LUIZ DOMINGUES** - CREF 002197-G/SP | **ESP. IGOR PINHEIRO** - CREF 004282-G/CE | **ME. LEONARDO FARAH** - CREF 010186-G/PR |  
**ME. ALEXANDRE GRECCO** - CREF 004204-G/RS | **ESP. BRUNO SOARES** - CREF 011720-G/CE | **ESP. ANA RÉGIA** - CREF 012287-G/CE  
**ESP. LÉO CABRAL** - CREF 004254 -G/RJ | **ME. FELIPE GOULART** - CREF 017215-G/RJ | **ESP. CRIS SANTOS** - CREF 005397-G/CE |  
**ME. DUDU NETTO** - CREF 002025-G/RJ | **ESP. KLEYBE JERÔNIMO** - CREF 004888-G/CE | **ME. ALAN DANTAS** - CREF 011884-G/CE  
**ESP. FÁBIO PADILHA** - CREF 000613-G/DF | **ESP. JORGE HENRIQUE** - CREF 000077-G/CE

REALIZAÇÃO: **ANPT** APOIO: **confef** **25**  
 Sistema CONFED/CREFs Conselho Federal de Educação Física CONFED

**cafecompersonal e rennemazzamentor**  
Conselho Federal de Educação Física - CONFEF

**cafecompersonal** Quer saber mais?  
Chama no Direct e entra no grupo de WhatsApp.  
29 sem Ver tradução

**luizantoniominguesfilho** Top 🍌🍌🍌🍌🍌  
29 sem 2 curtidas Responder

**nettodudu** 🍌🍌🍌  
29 sem 4 curtidas Responder

**prof.manuellopes** Time forte 🍌🍌🍌  
29 sem 1 curtida Responder

**jeh\_kimberli** Link do grupo?  
29 sem Responder Ver tradução

**cearaflavio** Chegou o diaaaa.. 🍌🍌🍌🍌🍌🍌  
28 sem Responder Ver tradução

**academiamodelese** Show 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌  
29 sem Responder

223 curtidas  
29 de dezembro de 2023

Adicione um comentário... **Publicar**





# Estratégias de relacionamento para reputação

- A Metodologia da Relação de Relações Públicas ajuda a diagnosticar, construir e obter resultados com os relacionamentos.
- Os quatro níveis de interação definem a intensidade de uma relação e mostram como um CFP pode ganhar visibilidade e conquistar a confiança das partes interessadas para ter boa reputação.
- O principal resultado das ações de relacionamento realizadas por meio da metodologia dos níveis e interação é a reputação.
- Reputação é consequência das interações.

# Como mensurar a reputação?

- Crie objetivos (de interação) para cada iniciativa
- Crie indicadores
- Descreva metas para cada indicador
- Mensure o processo e os resultados
- Divulgue os resultados para as partes interessadas

# Descrição de objetivos

A - Ação

R -  
Relevância

P - Público

# Descrição de objetivos

**A** - Informar sobre a chegada da carteirinha digital

**R** - facilitar a identificação profissional por meio do próprio celular

**P** - Profissionais

**Objetivo:** Informar os profissionais sobre a chegada da carteirinha digital para facilitar a identificação profissional por meio do próprio celular.

# Descrição de objetivos

**A** - Comunicar sobre o novo canal de relacionamento com as empresas

**R** - Melhorar a imagem do conselho

**P** - Empresas

**Objetivo:** Comunicar as empresas sobre o novo canal de relacionamento para melhorar a imagem do conselho.

# Descrição de objetivos

A - Promover um prêmio

R - Gerar participação e repercussão espontânea do conselho

P - Profissionais

**Objetivo:** Promover um prêmio para gerar participação de profissionais e repercussão espontânea do conselho.

# Descrição de objetivos

A - Criar um grupo de trabalho sobre diversidade e inclusão

R - Construir de forma colaborativa um projeto

P - Empregados

**Objetivo:** Criar um grupo de trabalho sobre diversidade e inclusão para construir, de forma colaborativa, um projeto com os empregados.

# Descrição de objetivos

Nível de  
interação:

A -

R -

P -

Objetivo:



# Indicadores básicos de

- ## reputação
- Quantidade de carteirinhas solicitadas
  - Quantidade de empresas que procuraram o novo canal e tiveram seu problema resolvido
  - Quantidade de profissionais indicados para o prêmio
  - Quantidade de empregados que participaram do projeto
  - Quantidade de profissionais fiscalizados
  - Quantidade de treinamentos realizados
  - Quantidade de iniciativas para as partes interessadas
  - Quantidade de projetos que geram participação e vínculo com os profissionais
  - Grau de satisfação dos empregados
  - Porcentagem de sentimentos
  - Índice de imagem do CFP

# Descrição de metas

- Todos os indicadores de desempenho devem ter metas; é possível definir mais de uma meta por indicador;
- As metas têm como objetivo serem suficientes para assegurar a efetiva implementação da estratégia;
- Toda meta, necessariamente, deve ter um prazo para ser atingida;
- Meta também representa as etapas ou passos intermediários para alcançar os objetivos.

# Descrição de metas

**S** - Specific (específico): Usar termos claros e precisos.

**M** - Measurable (mensurável): Possível de ser medido numericamente; informações possíveis de serem coletadas.

**A** - Achievable (alcançável): Possível de ser realizado em bases concretas. Possível é diferente de ideal.

**R** - Relevant (relevante): Vale a pena colocar energia para alcançar.

**T** - Time frame (temporal): Prazo definido para ser alcançado; data de início e data de fim.

# Descrição de metas

OBJETIVO	INDICADOR	META
Informar os profissionais sobre a chegada da carteirinha digital para facilitar a identificação profissional por meio do próprio celular.	Quantidade de carteirinhas solicitadas	70% até a data x

# Descrição de metas

OBJETIVO	INDICADOR	META
Criar um grupo de trabalho sobre diversidade e inclusão para construir, de forma colaborativa, um projeto com os empregados	Quantidade de empregados que participaram do projeto	2 empregados por setor ao final do projeto



# A relação entre identidade, imagem e reputação

# Referências

- ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. Pressupostos teórico-metodológicos para o estudo da identidade e da reputação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2009.
- ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. Identidade, imagem e reputação organizacional: conceitos e dimensões da práxis. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling (Org.). Comunicação Organizacional: linguagem, gestão e perspectivas. Vol. 2. São Paulo: Saraiva, 2009.
- ARGENTI, Paul A. Comunicação empresarial: a construção da identidade e reputação. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- BRASIL. Lei nº 13.460/2017 - Lei da participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2017/lei/l13460.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2017/lei/l13460.htm). Acesso em 04/03/2023.
- BRASIL. Tribunal de Contas da União. Referencial Básico de Governança Organizacional para organizações públicas e outros entes jurisdicionados ao TCU. Edição 3: Brasília: TCU, Secretaria de Controle Externo da Administração do Estado, 2020. Disponível em: <https://portal.tcu.gov.br/governanca/governancapublica/governanca-no-setor-publico/publicacoes.htm>. Acesso em: 25 mar. 2023.
- BRASÍLIA: Decreto nº 9.203 de 2017. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2017/decreto/d9203.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2017/decreto/d9203.htm). Acesso em 20/03/2023.

# Referências

- BUENO, Wilson da Costa. Comunicação empresarial: política e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2013.
- DREYER, Bianca M. Teoria e Prática de Relações Públicas: uma metodologia para diagnosticar, construir e obter resultados com os relacionamentos. São Paulo: Summus Editorial, 2021.
- DREYER, Bianca M. A gestão do relacionamento e a interação com o cidadão: uma proposta de cadeia de valor para o capital social e de relacionamento. In: Anais do X Encontro Brasileiro de Administração Pública: Grupo de Trabalho 19 - Gestão da Comunicação Pública. Brasília/DF: IDP Norte, 2023. Disponível em: <https://sbap.org.br/anais-2023/>. Acesso em: 09 out. 2023.
- GREYSER, Stephen A. URDE, Mats. O que sua marca corporativa representa? Harvard Business Review, 2019.
- MESQUITA, Flávio Agnelli. Identidade, imagem e reputação nas organizações [recurso eletrônico]. Organização: Cásper Digital. 1ed. São Paulo, Faculdade Cásper Líbero, 2018.
- RIEL, Cees, B.M. Van. Reputação: o valor estratégico do engajamento de stakeholders. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- ROSA, Mário. A reputação na velocidade do pensamento: imagem e ética na era digital. São Paulo: Geração, 2006.





Obrigada!



OS EIXOS CENTRAIS DE 2024: A SUPERVISÃO  
DOS CONSELHOS FEDERAIS SOBRE A ATIVIDADE  
FISCALIZATÓRIA DOS REGIONAIS E O ALCANCE  
DO ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA