

LIDERANÇA SINDICAL e suas REDES SOCIAIS



CSB
CENTRAL DOS SINDICATOS
BRASILEIROS

Contexto

***Crise
econômica***



***Crise de
representatividade
institucional***

***Classe dominante com unidade mínima
Classe trabalhadora fragmentada***

ICS – Índice de Confiança Social



ICS – Instituições

Confiança nas instituições 2015
(0 – 100)

81  Corpo de Bombeiros

71  Igrejas

63  Forças Armadas

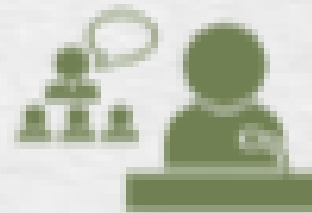
59  Meios de Comunicação

57  Escolas Públicas

49  Bancos

33  Governo da cidade onde mora

41



Sindicatos

50  Polícia

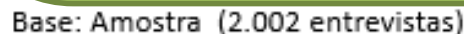
34  Sistema Público de Saúde

22  Presidente da República

22  Congresso Nacional

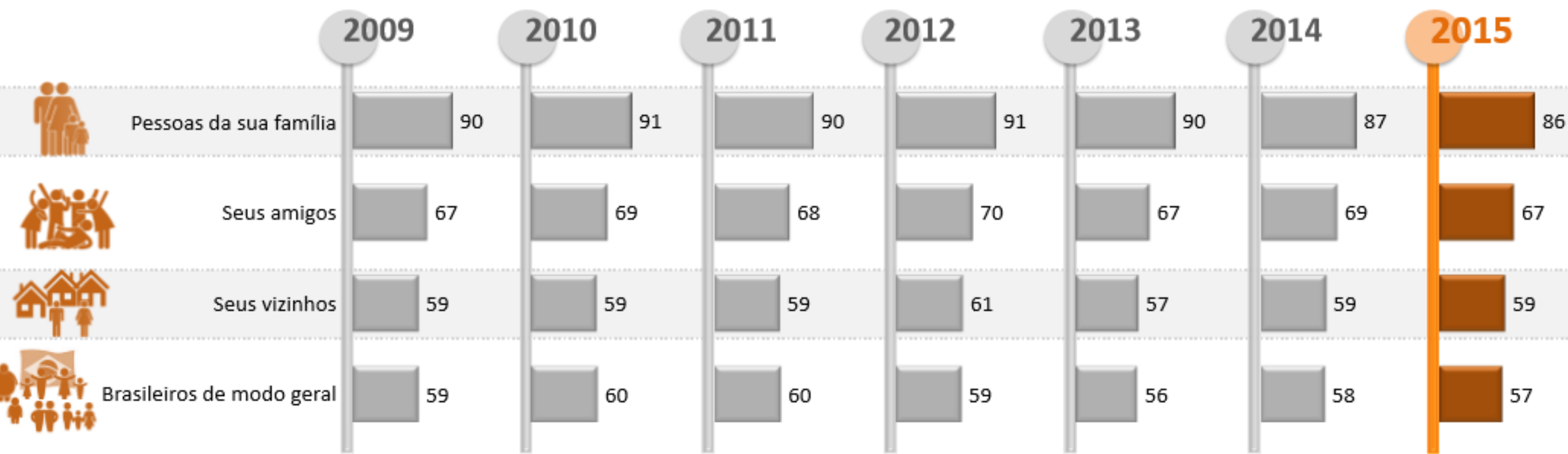
17  Partidos Políticos

Confiança nas instituições
(0 – 100)



ICS – Pessoas e grupos sociais

Confiança nas pessoas e grupos sociais
(0 – 100)

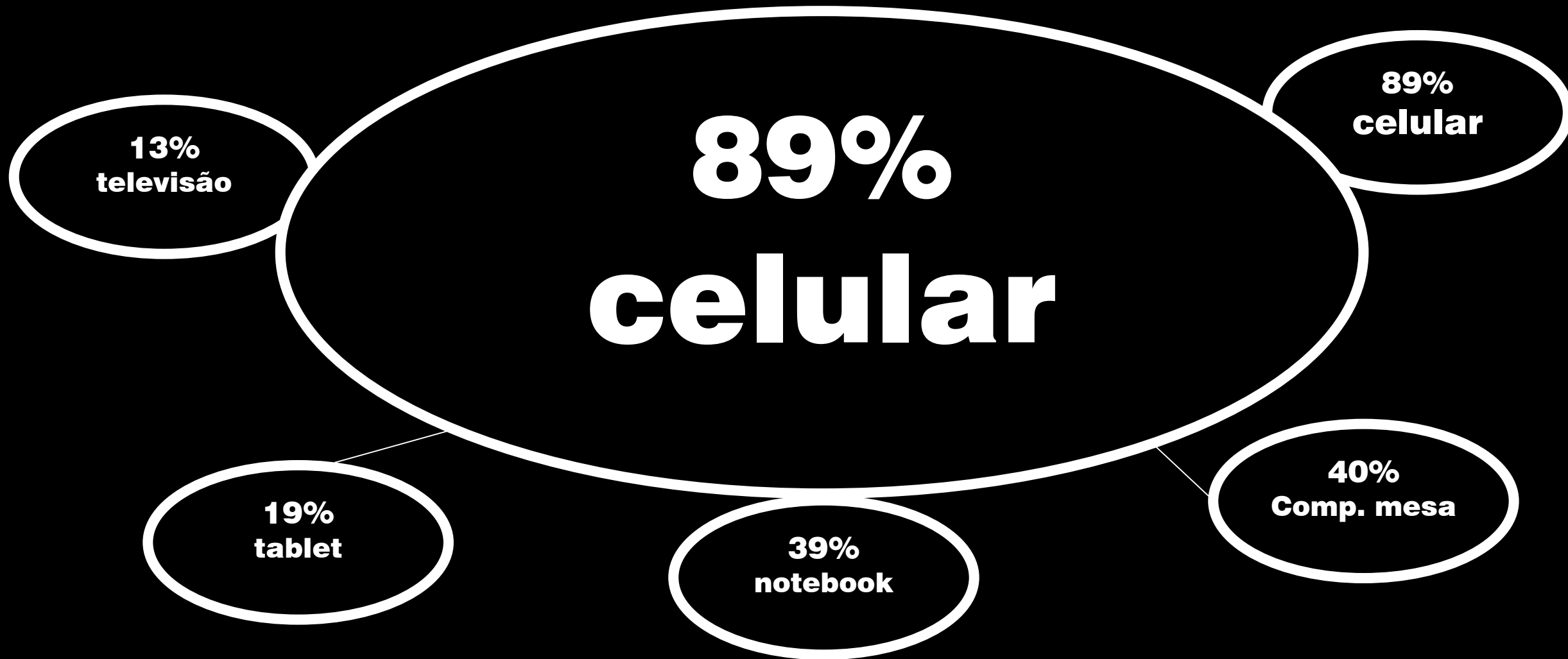


Estamos entre dois mundos

**58% dos
Brasileiros
usam internet**

**42% dos
Brasileiros
NÃO
usam internet**

Redes sociais: presença diária e ativa





Novas configurações das empresas de comunicação

- 1 – Conglomerados de comunicação;
- 2 – Redução de jornais impressos
- 3 – Efeito manada

Quantos dias da semana, de segunda a domingo, o(a) sr.(a) lê jornais

Base: Amostra (15050)

1 dia por semana ou menos	10%
2 dias por semana	6%
3 dias por semana	4%
4 dias por semana	1%
5 dias por semana	2%
6 dias por semana	1%
7 dias por semana/ Todos os dias	8%
Nunca/ Não assiste/ ouve/ lê/ navega	67%
NS/NR	0%

Em que meio de comunicação o(a) sr(a) se informa mais sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar?



Internet

26%

1ª. Menção

49%

2ª. - Menção

Rádio

07%

1ª. Menção

30%

2ª. - Menção



Jornal

03%

1ª. Menção

12%

2ª. - Menção

P06) Qual emissora de TV aberta ou paga o(a) sr(a) mais assiste? E a segunda emissora que o(a) sr(a) mais assiste? **(ESPONTÂNEA – ATÉ DUAS MENÇÕES)**

Base: para quem costuma assistir TV (14666)	1ª MENÇÃO	1ª+2ª MENÇÕES
Globo	56%	73%
SBT	11%	36%
Record	12%	32%
Band	3%	11%
Globo News	1%	2%
SporTV	1%	2%
Discovery Channel	1%	2%
Fox	1%	2%
RBS TV	1%	1%
Cultura	0%	1%

Mobilização e organização sindical

Para se tornar uma alternativa real para a organização dos trabalhadores é necessário atualização e formação permanente;

Mobilização social real é feita pela leitura da realidade e capacidade de direção;

Meios de comunicação são “elos”;

**Comunicação
hegemônica**

**Comunicação
CONTRA
hegemônica**



Redes sociais para lideranças

Realizar um diálogo em tempo real com a sociedade civil ;

Construir uma nova matriz online e interativa de militância;

Divulgar ações

FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO

Aumentar a eficácia das ações de comunicação e marketing, sociabilizando conteúdos e engajando audiência;

Aumentar a visibilidade da imagem da liderança

Fornecer informações e serviços

FERRAMENTA DE ORGANIZAÇÃO

- ✓ **Cadastro** de lideranças e apoiadores;
- ✓ Organizar **grupos por segmento**;
 - ✓ Comunicação ágil;
 - ✓ Mobilização permanente;
 - ✓ Feedback de opiniões.



Marcio Carvalho



O que você estudou em Universidade do Paraná - UTP?

Perfil público (perfil ou fan page)

- **Linguagem coloquial (utiliza regras de comunicação das redes)**
- **Posta de acordo com o movimento das redes;**
- **Divulga ações e estimula interação;**
- **Usa o perfil para divulgar questões comerciais ou institucionais**



Central Dos
Sindicatos
Brasileiros - CSB

@CentralDosSindicatosBrasileiros

Página inicial

Sobre

Fotos

Avaliações

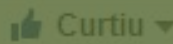
Vídeos

Eventos

Publicações

Perfil Institucional (fan page)

- **Linguagem institucional em questões relevantes e linguagem coloquial para ações de divulgação;**
- **Divulga ações e estimula interação;**
- **Usa muita informações relevante para o seu público de outros sites e fan pages**



Curtiu



Seguindo



Compartilhar



Enviar mensagem



Status



Escreva

4,3



Comunidade

Ver tudo



Convide seus amigos para curtir esta Página



19.241 pessoas curtiram isso

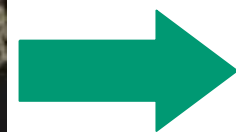
Fotos



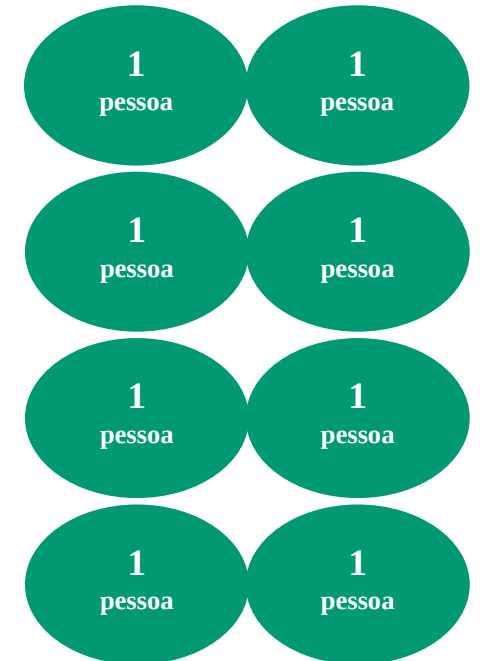
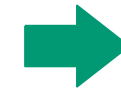
Perfil Liderança

- **Linguagem institucional em questões relevantes e linguagem coloquial para ações de divulgação;**
- **Divulga ações e estimula interação;**
- **Usa as redes para formação de quadros e direção política;**

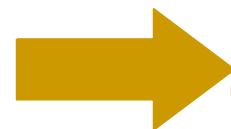
Exemplo de comunicação via WhatsApp



**LISTA DE
TRANSMISSÃO**



GRUPO



**LISTA DE
TRANSMISSÃO**

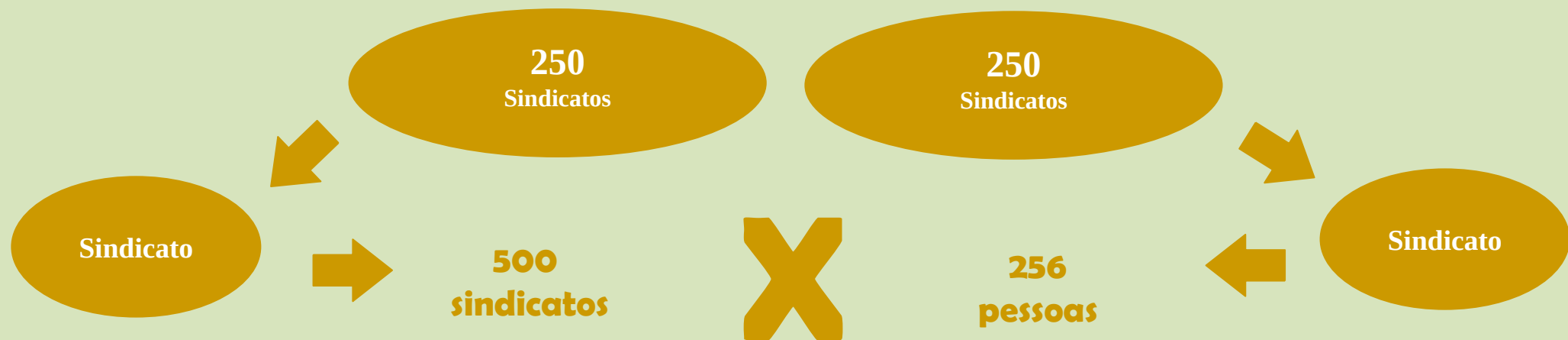


=

6.400



GRUPO



128.000



Facebook



Twitter



Mail
list



Instagram



Contato
telefônico



Via correio



**Site, Twitter,
Facebook,
Instagram, Youtube
e WhatsApp**



Curta a página
clique aqui



**Sindpd**

@sindpd

Conta Oficial do Sindpd-SP (Sindicato dos Trabalhadores em Processamento de Dados e Tecnologia da Informação do Estado de São Paulo)

📍 São Paulo - SP

🌐 sindpd.org.br

📅 Participa desde junho de 2013

Tweets
1.264

Seguindo
4.964

Seguidores
2.514

Curtidas
1

Tweets**Tweets e respostas****Mídia**

Tweet Fixado

**Sindpd** @sindpd · 20 de out

Subprocurador-geral do MPT diz que é esdrúxula Portaria do trabalho escravo... fb.me/91DG7M2u6

**Sindpd** @sindpd · 20 de out

Subprocurador-geral do MPT classifica como "retrocesso" nova política sobre trabalho escravo... fb.me/1mA5GIUdi





Antonio Neto

@FaceDoAntonioNeto

Página inicial

Vídeos

Sobre

Publicações

Eventos

Fotos

Comunidade

Criar uma Página

Face
do Neto



Curtiu ▾



Seguindo ▾



Compartilhar



Status



Foto/vídeo



Escreva algo nesta Página...

Vídeos

**79% dos
internautas
brasileiros
utilizam Facebook**

IBOPE

Inteligência

Ver tudo

curtir esta Página



4.352 pessoas curtiram isso



Instagram



Obter o aplicativo

Entrar

whinderssonnunes 

Seguir

1.756 publicações

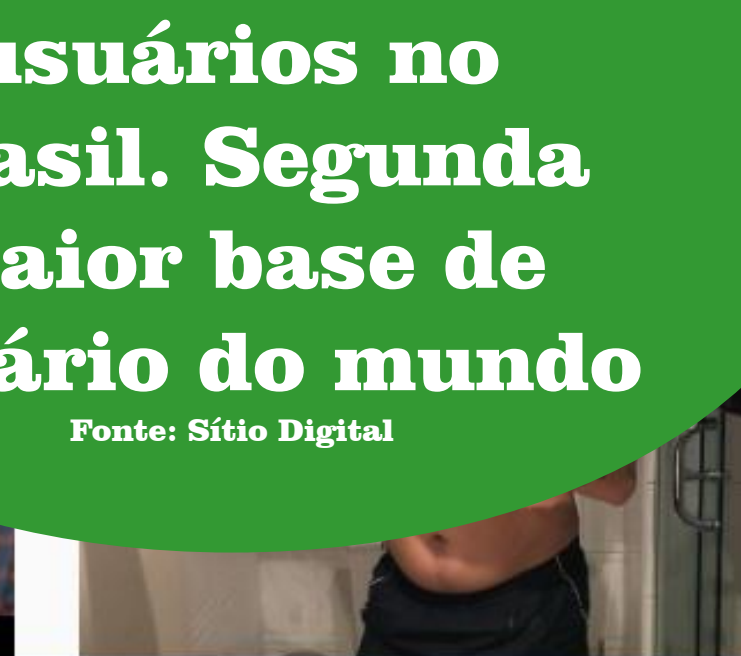
15,3milhões seguidores

segundo 994

Whindersson Nunes Ator, comediante, cantor, apresentador de televisão e youtuber brasileiro.
NOVA 🖱️ youtu.be/3Zy6ai9jtqY

**35 milhões de
usuários no
Brasil. Segunda
maior base de
usuário do mundo**

Fonte: Sítio Digital





CSB Brasil

357 inscritos

INSCREVER-SE 357

INÍCIO

VÍDEOS

PLAYLISTS

CANAIS

DISCUSSÃO

SOBRE



Todas as atividades ▾

CANAIS FAMOSOS



Hoje no Mundo Militar

INSCREVER-SE



CSB Brasil enviou um vídeo



Palestra de Gérson
Congresso Esta

CSB Brasil • 14 vis

Procurador do M
propôs estratégi

**60% dos
internautas
brasileiros
utilizam Youtube**

IBOPE

Inteligência



CSB Brasil enviou um vídeo

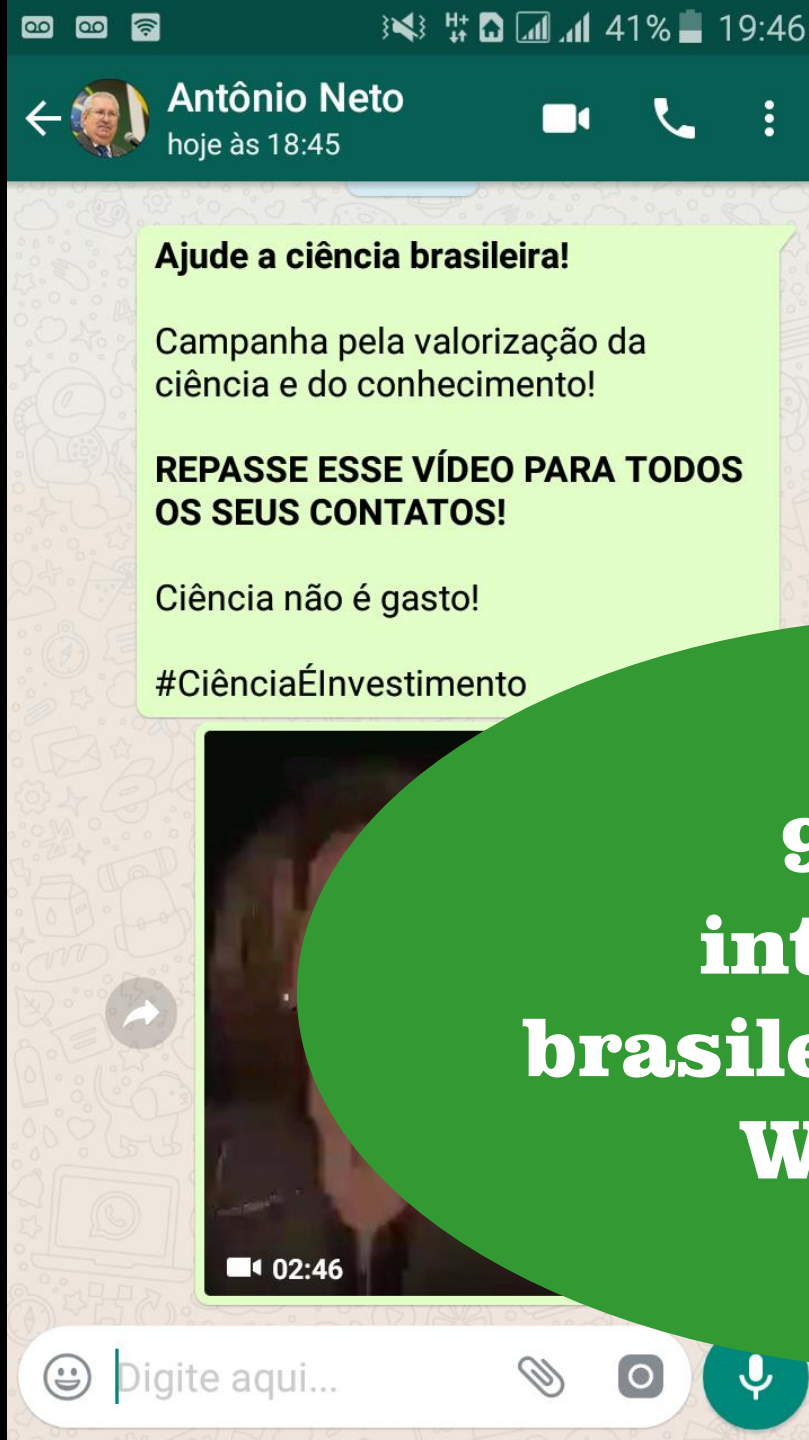


Palestra de Clóvis Renato -

Congresso Estadual do CSB em



Os Pingos nos Is



**93% dos
internautas
brasileiros utilizam
WhatsApp**

IBOPE
Inteligência

Redes sociais e a formação de bolhas



77% dos entrevistados já deixaram de seguir alguém nas redes sociais porque não concorda ou não gosta dos conteúdos que a pessoa posta.

Os jovens costumam fazer isso com mais frequência. 81% das pessoas até 29 anos já fizeram isso pelo menos uma vez.

Reunião Técnica sobre Comunicação e Redes Sociais

Dia 13 de novembro (segunda-feira)

Horário: das 10h às 18hs

Local: Sede do SINDPD

Inscrições: imprensa@csb.org.br

Critério: 20 sindicatos

Solicitação aos sindicatos: Apresentação dos sindicato e sua comunicação e 2 cases de comunicação ou redes sociais



CSB
CENTRAL DOS SINDICATOS
BRASILEIROS

Em qual local o(a) sr(a) utiliza mais a internet? E em segundo lugar?



Casa

79%

1ª. Menção

93%

2ª. - Menção



**Escola ou
Universidade**

01%

1ª. Menção

06%

2ª. - Menção

**Casa dos
amigos**

01%

1ª. Menção

10%

2ª. - Menção



Rua

02%

1ª. Menção

16%

2ª. - Menção

Trabalho

13%

1ª. Menção

33%

2ª. - Menção



Como o(a) sr(a) costuma utilizar mais a internet: por computador, pelo tablet ou pelo telefone celular? E em segundo lugar?



Agora gostaria de saber quanto o(a) sr(a) confia nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação. O(a) sr(a) confia sempre, confia muitas vezes, confia poucas vezes ou nunca confia:

Base: para quem assiste TV (14666)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
A. Nas notícias na TV	28%	26%	38%	8%	1%
Base: para quem ouve rádio (9880)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
B. E nas notícias de rádio	29%	28%	35%	6%	2%
Base: para quem lê jornal (4665)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
C. Nas notícias dos jornais	29%	30%	36%	4%	0%
Base: p/ quem usa internet (9307)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
E. Nas notícias de sites	6%	14%	62%	16%	2%
F. Nas notícias de blogs	4%	7%	54%	29%	6%
G. Nas notícias de redes sociais	5%	9%	63%	21%	1%

Quando o(a) sr(a) está assistindo TV, quais destas atividades faz ao mesmo tempo mais frequentemente? Mais alguma? Alguma outra?



**Troca
mensagens
instantâneas
16%**



**Usa internet
24%**

**Conversa com
outra pessoa
24%**



**Comendo algo
35%**



**Faz alguma
atividade doméstica
19%**

**Usa o celular
35%**



“Habitualmente uso
mais de um meio ao
mesmo tempo”

(Jovens 61%; Total 56%)



Afinal, o que são elas?

10

**dicas para AUMENTAR o engajamento
nas suas Redes Sociais**



CSB

CENTRAL DOS SINDICATOS
BRASILEIROS

1

Utilize todos os formatos de conteúdo

Use todas as formas de atualização de status: links, texto, vídeo e imagens.

Variedade incrementa o alcance e o engajamento dos usuários.

Use seu Facebook Insights para saber que tipo de conteúdo gera mais alcance e qual gera mais engajamento.

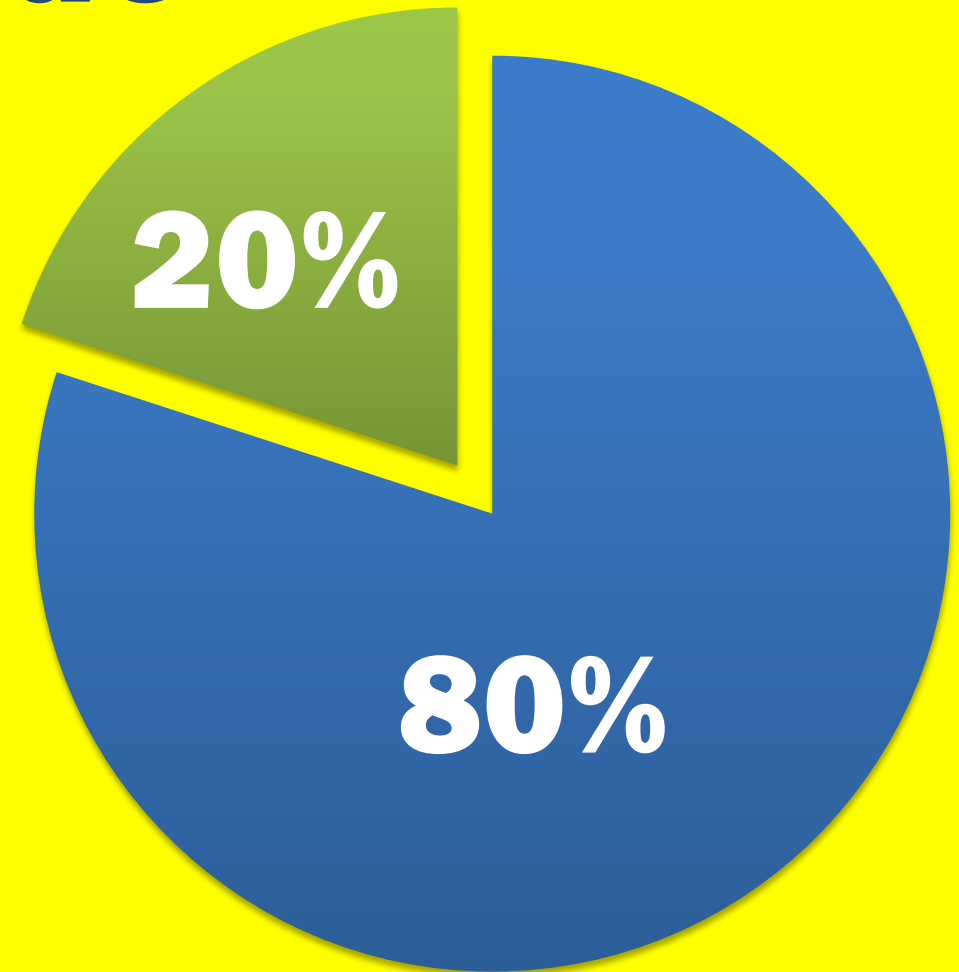


Use a regra 80/20 em seu conteúdo

Use a regra dos 80/20:

80% das mensagens precisam gerar valor para o usuário, 20% das atualizações podem ser promocionais.

Em linhas gerais, a cada 10 posts da sua empresa no Facebook, reserve 2 para divulgar seus serviços e produtos e 8 para gerar engajamento e conteúdo.



Humanize seu conteúdo

Linguagem mais humanizada pode gerar conversas e maior relacionamento.

Dependendo do seu segmento, criar um personagem ou falar uma linguagem próxima do seu público pode ser viável.

Um caso clássico é o do Ponto Frio, que usa um personagem e tem uma linguagem criada e em sintonia com seu público (pelo menos nas redes sociais).



3

Responda os comentários

4



Responda as pessoas quando elas comentarem alguma atualização sua empresa.

Isso aumenta o engajamento e a percepção da sua marca como preocupada em atender sempre seus consumidores.

5

Seja simples e fuja de termos muito técnicos

Evite palavras ou frases complicadas. As pessoas interagem mais em linguagem simples.

Mesmo que seu conteúdo seja técnico e direcionado a um público específico, lembre-se que ele pode atingir mais pessoas que podem não entender uma palavra do que você publicou.





**NÃO À LEI
DA MORDAÇA!**

PELA RETIRADA DO PROJETO 606/2016

**NESTA TERÇA (24),
PARTICIPE DA REUNIÃO DA CCJ
NA ALEP A PARTIR DAS 13H.**



Faça textos curtos

**Use atualizações curtas.
Entre 10 palavras ou menos
quando possível.**

**Como o volume de conteúdo
no Facebook é muito grande,
nem todos têm tempo para
ler atualizações longas.**

**Se precisar falar mais,
publique a informação em
seu blog, por exemplo e
poste o link para mais
informações**



**Fonte: Camila Porto
Marketing digital de performance**

6

Não há lovers sem haters

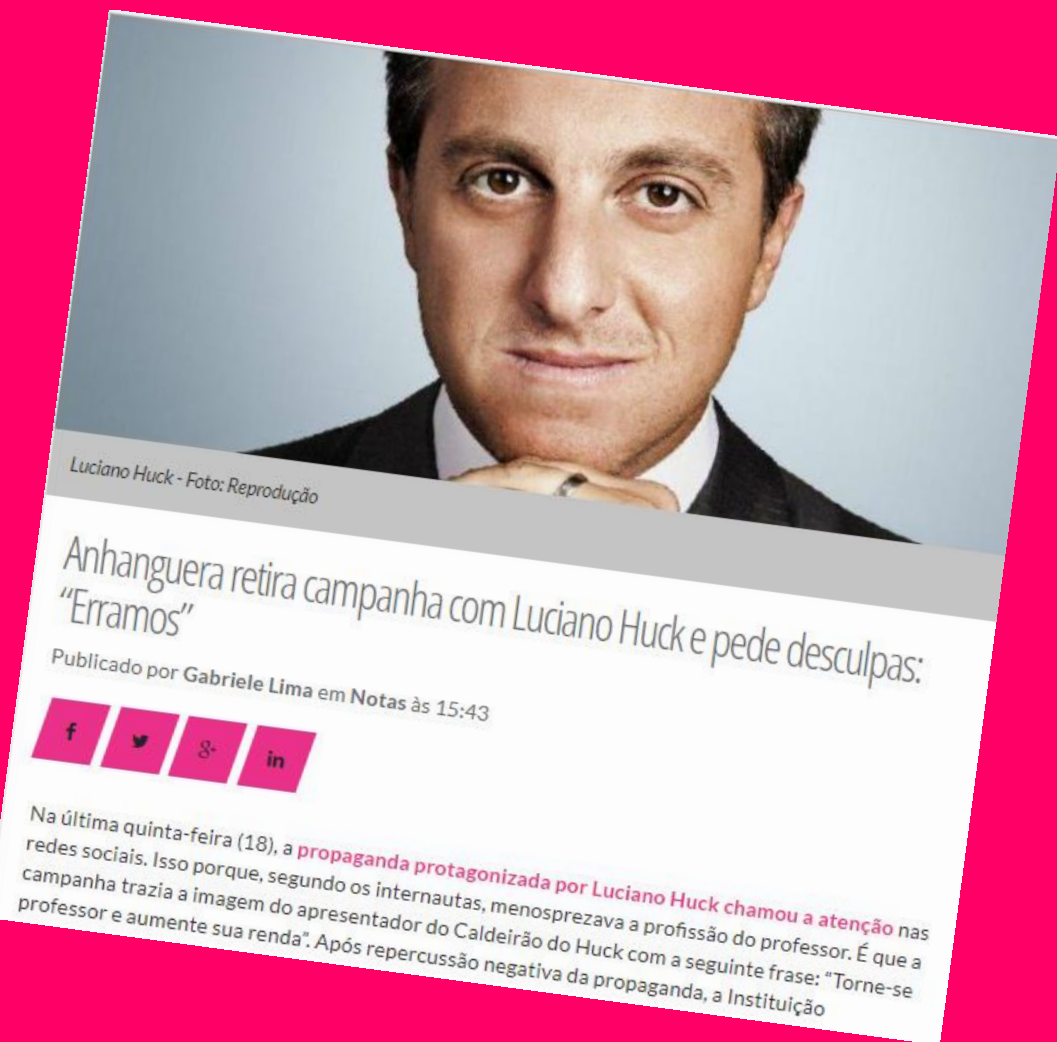
7



As pessoas se aglomeram em redes sociais por objetivos em comum. E são absolutamente xiitas com opiniões contrárias. Quando uma marca tenta falar com todos os grupos da mesma forma é muito ruim. E quanto tenta falar de formas diferentes com todos os grupos, também é muito ruim. Essa marca fala uma coisa para um e outra para a outra. É preciso ser autêntico.

8

Todo mundo erra, mas é preciso entender que nas redes sociais é necessário cada vez mais humanizar seu conteúdo. Se errou peça desculpas e conserte o mais rápido possível o erro.

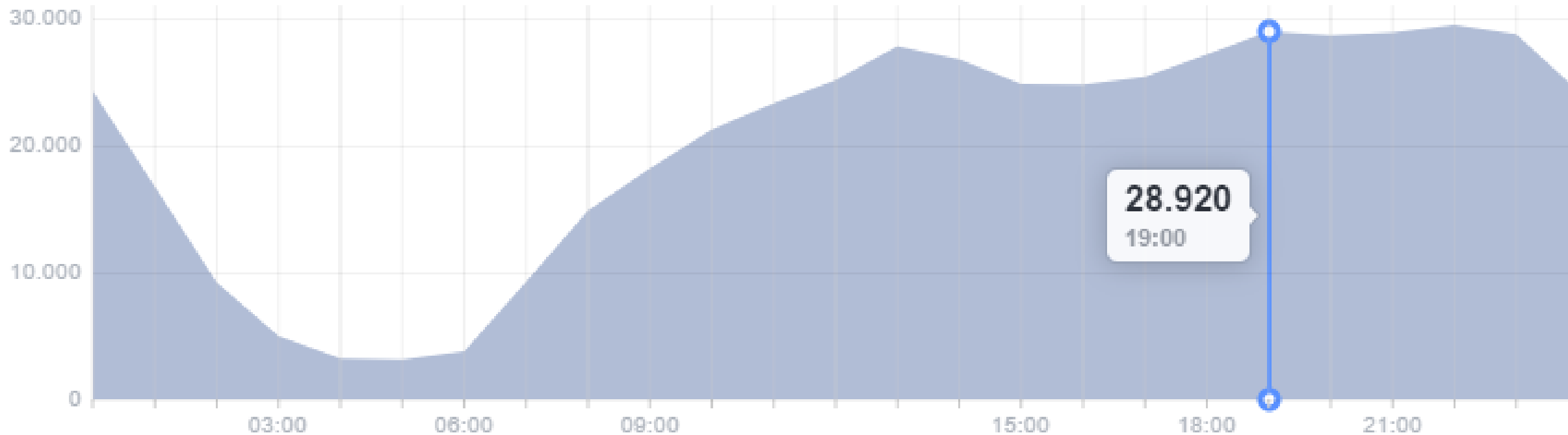


Se errar conserte o mais rápido possível

9

Conheça o melhor horário para postar

HORAS



10

Celebre datas comemorativas



Celebre feriados e dias especiais.

Use um calendário de datas comemorativas e, de acordo com seu público, comemore esses dias.

VALEU!

#TamoJunto



Marcio Carvalho

Facebook: Marcio Carvalho

Whats: (041) 98747 4784