



Comportamento e Comunicação nas Redes Sociais: O Privado que é Público!



Andréa Nakane

CEO COUNCIL - NOV 2019



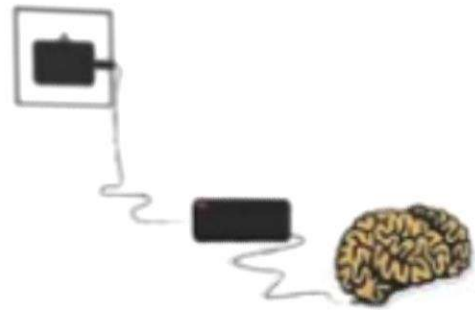
O PODER DAS

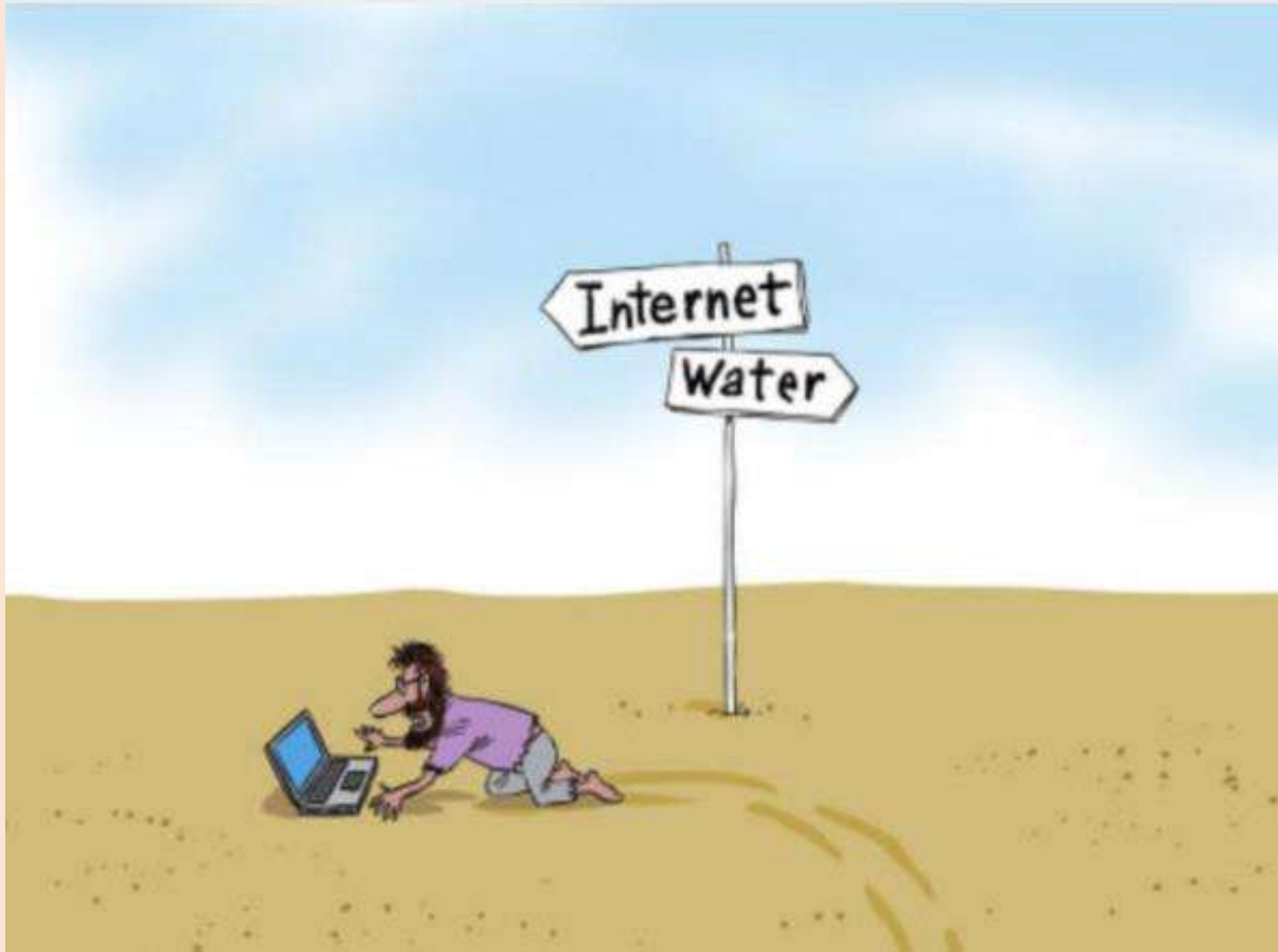
REDES SOCIAIS



WAITING ...

As mudanças na comunicação e o impacto das redes sociais

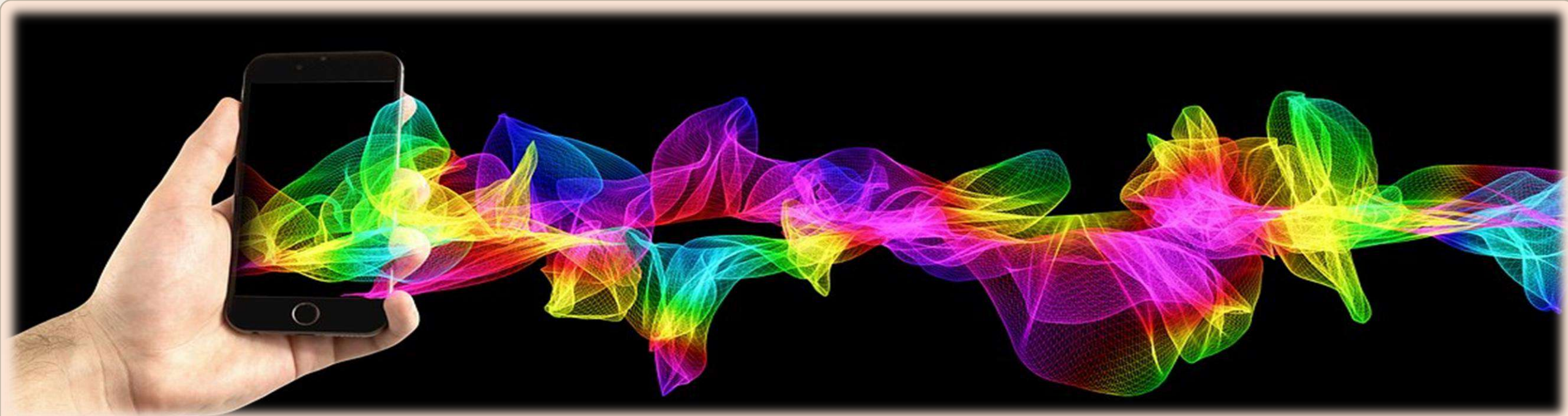




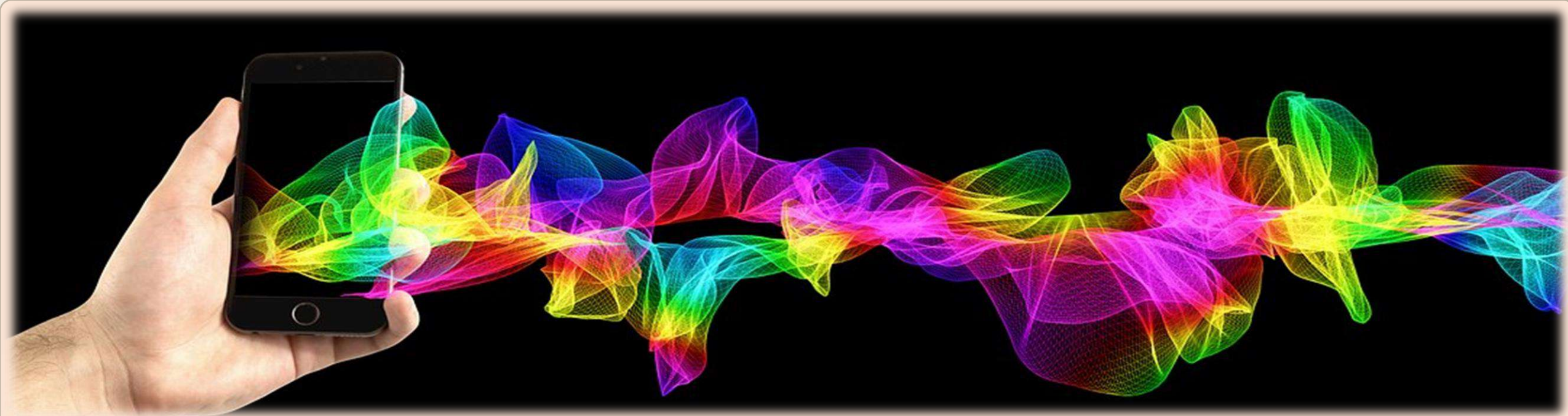
9 em cada 10 brasileiros não conseguem ficar longe do celular por mais de 1 hora

Estudo realizado pela Hibou, empresa de pesquisa e monitoramento de mercado e consumo, com mais de 2 mil brasileiros que possuem smartphones, entre 16 e 45 anos, analisou comportamentos inusitados na relação deles com seus celulares. A pesquisa faz um comparativo entre abril de 2018 e julho de 2019.

Houve um aumento de 67% dos brasileiros que se cobram de silenciar o celular à noite, mas nunca o fazem. Em abril de 2018 eram 21%, em julho deste ano 35%.

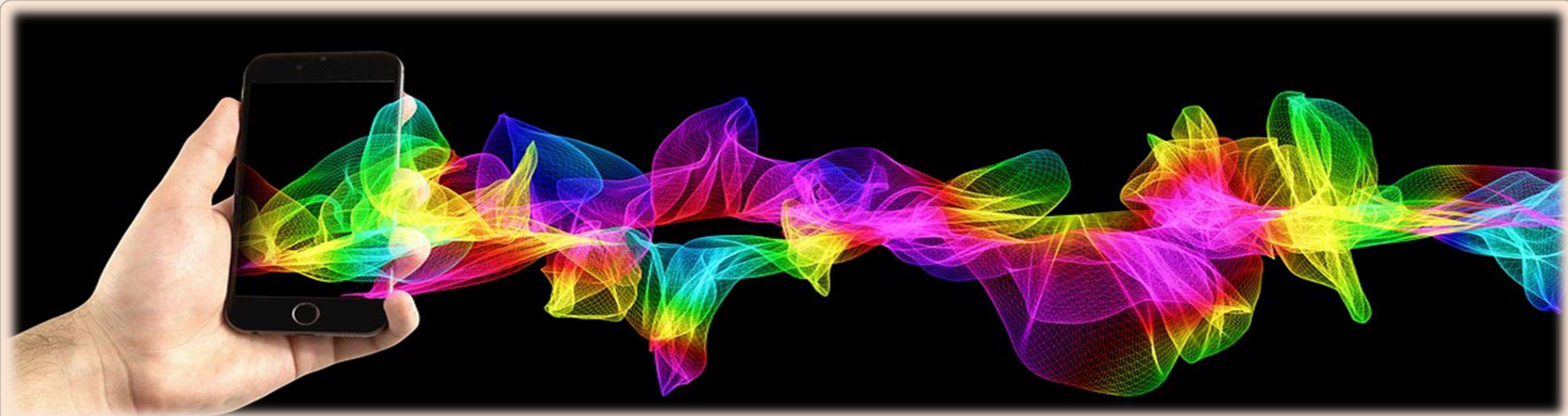


64% dos entrevistados afirmaram que já colocaram o fone de ouvido e plugou no celular, com ou sem música, só para não terem que conversar com ninguém.

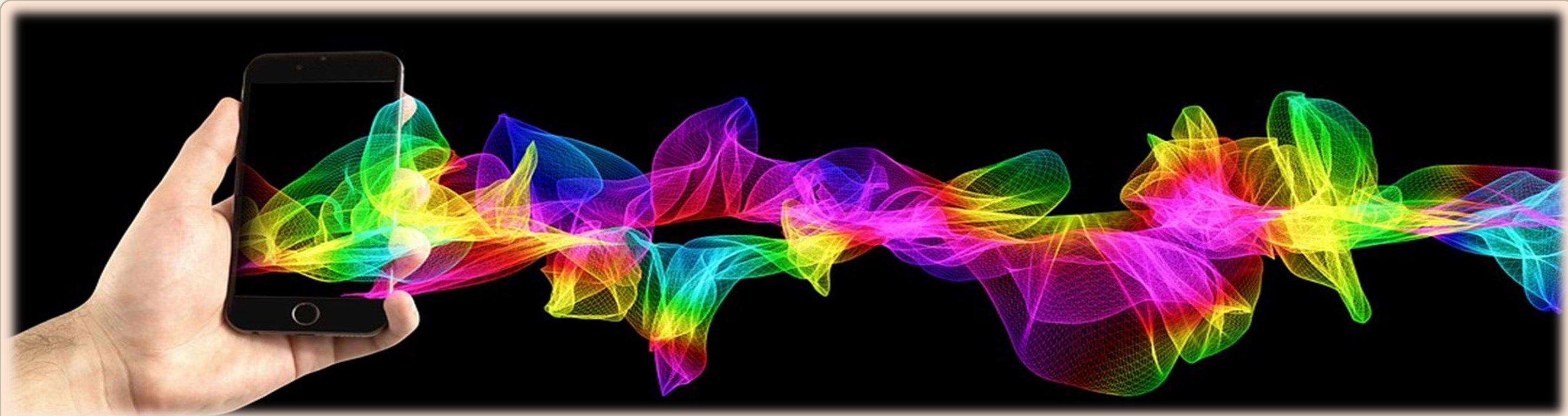


91% dos brasileiros não conseguem ficar longe do celular por mais de 1 hora

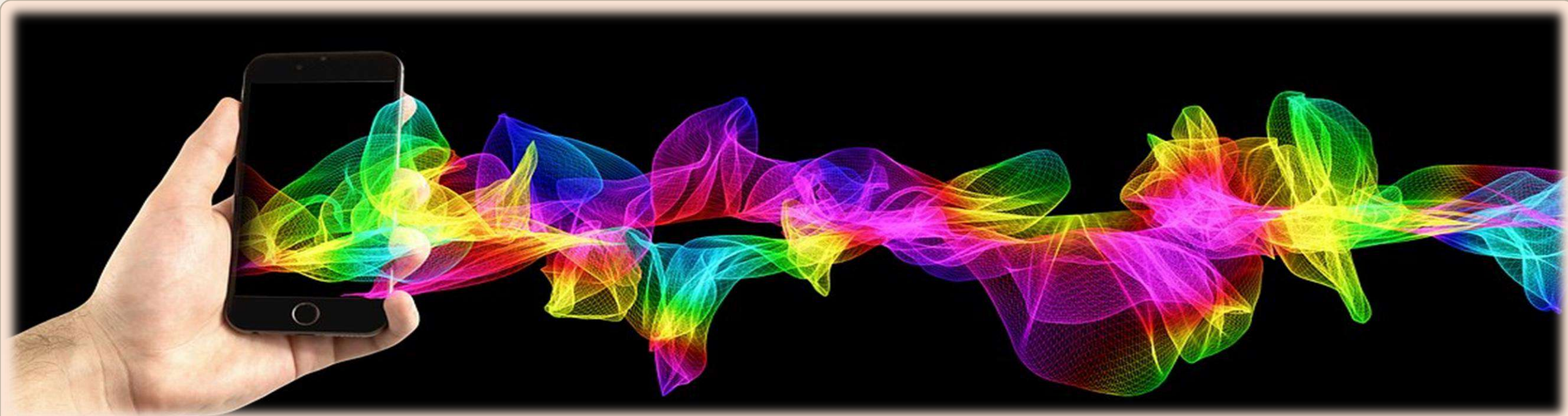
91% das pessoas disseram que gravam áudios por preguiça de digitar, mesmo sem intimidade com a pessoa com quem estão conversando. Houve um crescimento expressivo de 40%, pois em 2018 eram 65% e em 2019, 91%.



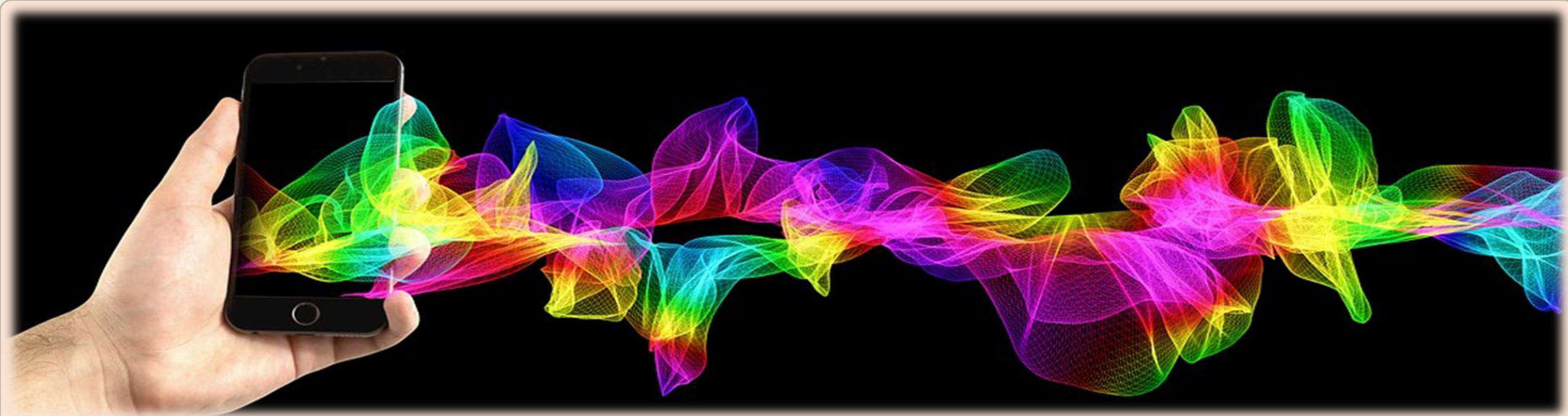
66% dos brasileiros afirmaram que, caso acordem no meio da noite, costumam sempre dar uma olhada no celular. Um crescimento de 10% em relação a 2018.



70% das pessoas disseram que colocaram a maioria dos grupos do whatsapp no silencioso, isso significa um crescimento de 23%, comparado a 2018.



88% dos brasileiros afirmaram que já caíram em uma fake news pelo celular.



32% só abrem Twitter quando tem uma polêmica rolando.

**“O maior impacto da internet
não foi por ter surgido como
uma nova mídia e sim por ter
mudado o comportamento
do consumidor...”**



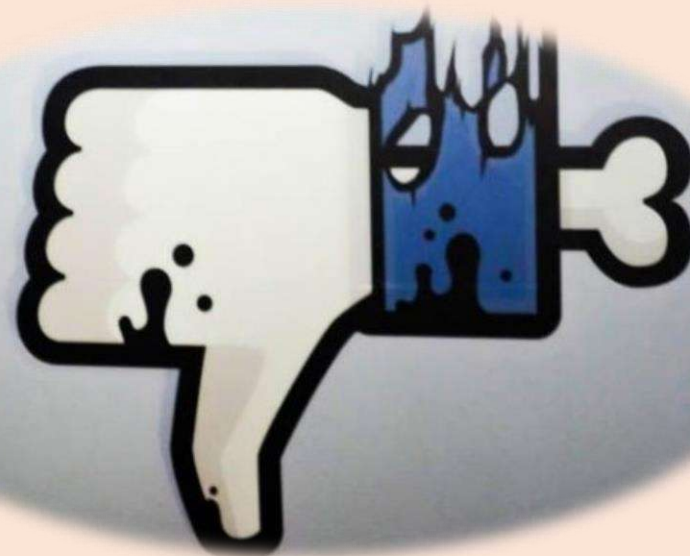


© 29/10/2018 • Redação BLCL

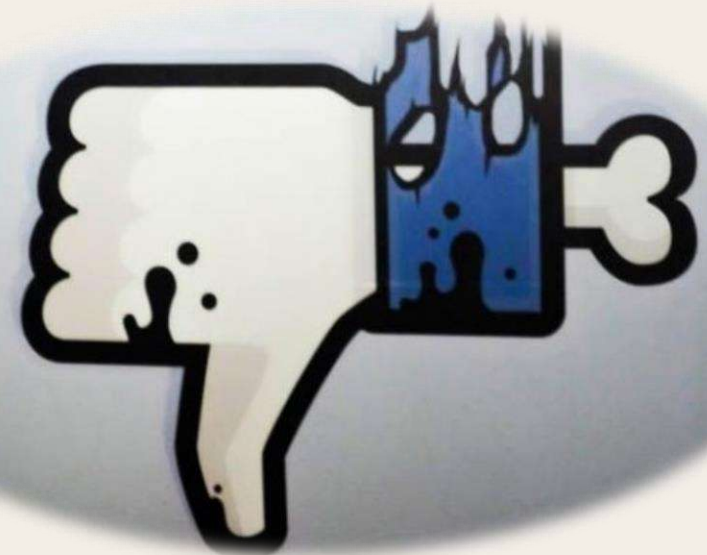
Ofender colegas de trabalho nas redes sociais pode ser motivo para demissão por justa causa

Publicar ofensas a colegas de trabalho nas redes sociais pode configurar um ato lesivo à honra, sendo motivo suficiente para despedida por justa causa. Este foi o entendimento de uma recente decisão da 1ª Câmara do Tribunal Regional do Trabalho da 12ª Região (TRT-SC).

NOTÍCIAS
Empresas monitoram comportamento nas redes sociais para contratar ou demitir;



SURREAL?





Princess Breanna
@PrincessBMM



Follow

Selfie in the Auschwitz Concentration Camp 😊

Reply Retweet Favorite Pocket More





Chic **@gloriakalil**
Gloria Kalil

Butiques bacanas (como a Dona Coisa)
aqui do Rio com caixas para recolher
doações de roupas para os desajeitados de
Teresópolis

14 Jan via [Twitter for iPhone](#) ☆ [Favorite](#) ↻ [Retweet](#) ↩ [Reply](#)

Retweeted by [arosalem](#) and 100+ others



2011 - A consultora de moda e etiqueta Glória Kalil foi vítima do corretor do iPhone – segundo ela mesma explicou. Ao dar um serviço para ajudar as vítimas de Teresópolis (região do Rio de Janeiro fortemente atingida pelas chuvas), ela postou que butiques recolhiam doações de roupas para os desajeitados (e não desalojados) de Teresópolis

Reprodução



lubozzi Lu

Tragédia de #realengo! Salvando a pauta do programa da @SoniaAbrao por uma semana!

7 Apr

in reply to @lubozzi ↑



@SoniaAbrao

Sonia Abrão ✓

@lubozzi não é hora de piada idiota! Se vc não tem coração, nem amor ao próximo nem respeito nesse momento trágico, vá pra ~~puta~~ que ~~puta~~!

7 Apr via Twitter for iPhone ☆ Favorite ↻ Retweet ↩ Reply

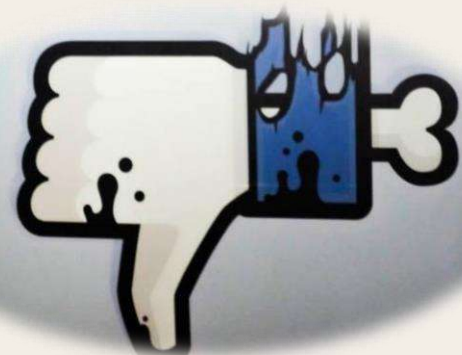
Mentioned in this Tweet



lubozzi Lu · Follow

Não sei onde tô indo, mas sei que to no meu caminho!!





Fe Paes Leme 

@FePaesLeme

Alguém ai assistindo a novela? Tô no trânsito mas meu Xperia Z2 tem TV Digital, então da pra acompanhar sempre!

9:30pm - 27 Aug 2014  Twitter for iPhone

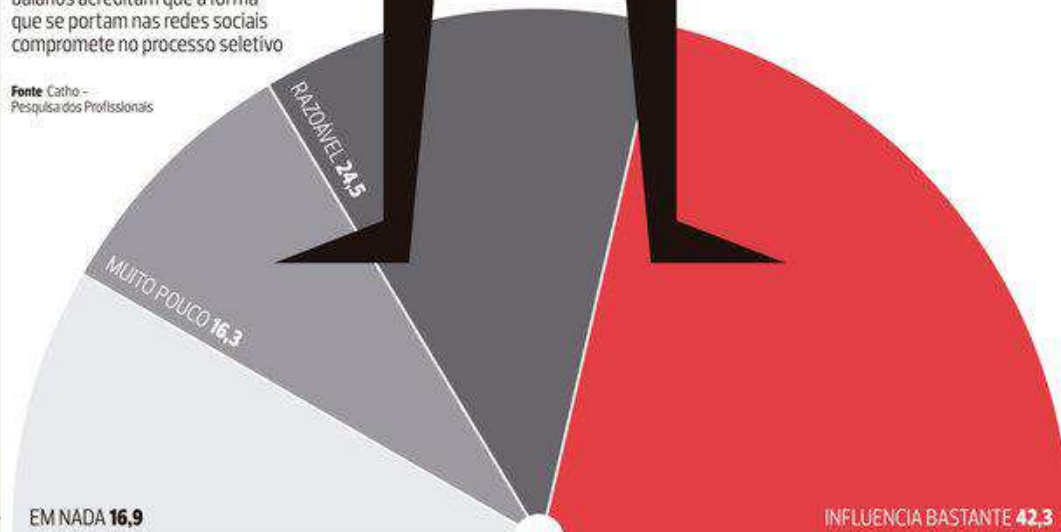
Os pecados do trabalhador online

- 1 Está de atestado médico e posta uma foto na praia
- 2 Compartilha alguma informação confidencial da empresa
- 3 Compartilha opiniões ou faz parte de grupos preconceituosos
- 4 Fala mal do chefe ou da empresa que trabalha ou já trabalhou
- 5 Xinga ou ofende pessoas
- 6 É marcado em foto bêbado ou fazendo gestos obscenos

NA BAHIA O COMPORTAMENTO NAS REDES SOCIAIS INFLUENCIA NO PROCESSO SELETIVO DE EMPREGO? (EM %)

Cerca de 83% dos candidatos baianos acreditam que a forma que se portam nas redes sociais compromete no processo seletivo

Fonte: Catho -
Pesquisa dos Profissionais



COLUNISTA

ANDRÉA NAKANE

Doutoranda em Comunicação Social e sócia diretora da Mestres da Hospitalidade



A Web até aceita tudo, mas cobra alto por isso

25/10/2019



Impossível não ter sido impactado em alguma navegação nas redes sociais - nos últimos dias - referentes a atitude que um "notório" funkeiro brasileiro protagonizou no Exterior, mais precisamente a caminho de um dos parques temáticos da Disney, em Orlando, Flórida, nos Estados Unidos.

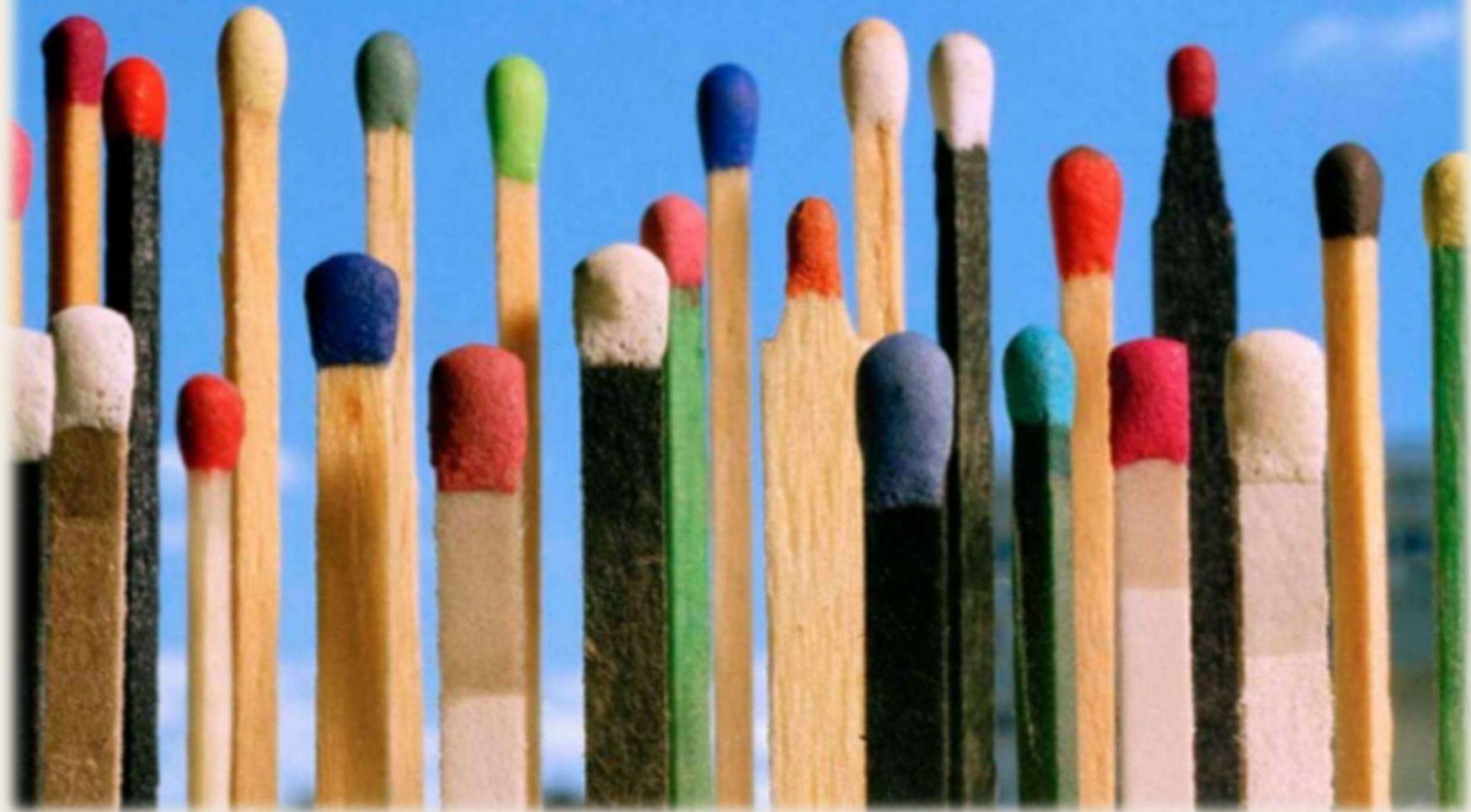
Em um vídeo de poucos segundos, a tal subcelebridade em questão, MC Gui, em seu momento de férias, utiliza de seu smartphone ostentação para gravar imagens de uma menina de pouco mais de 8 anos, que nitidamente demonstrava desconforto da situação, até porque o "artista" desconhecido por lá, com total indiscrição e riso solto, debochava de forma cristalina da imagem captada.







Há diferentes opções...





Há muitas diferenças entre os usuários de redes sociais



**Um vacilo pode
prejudicar sua imagem!**

As redes sociais podem ser

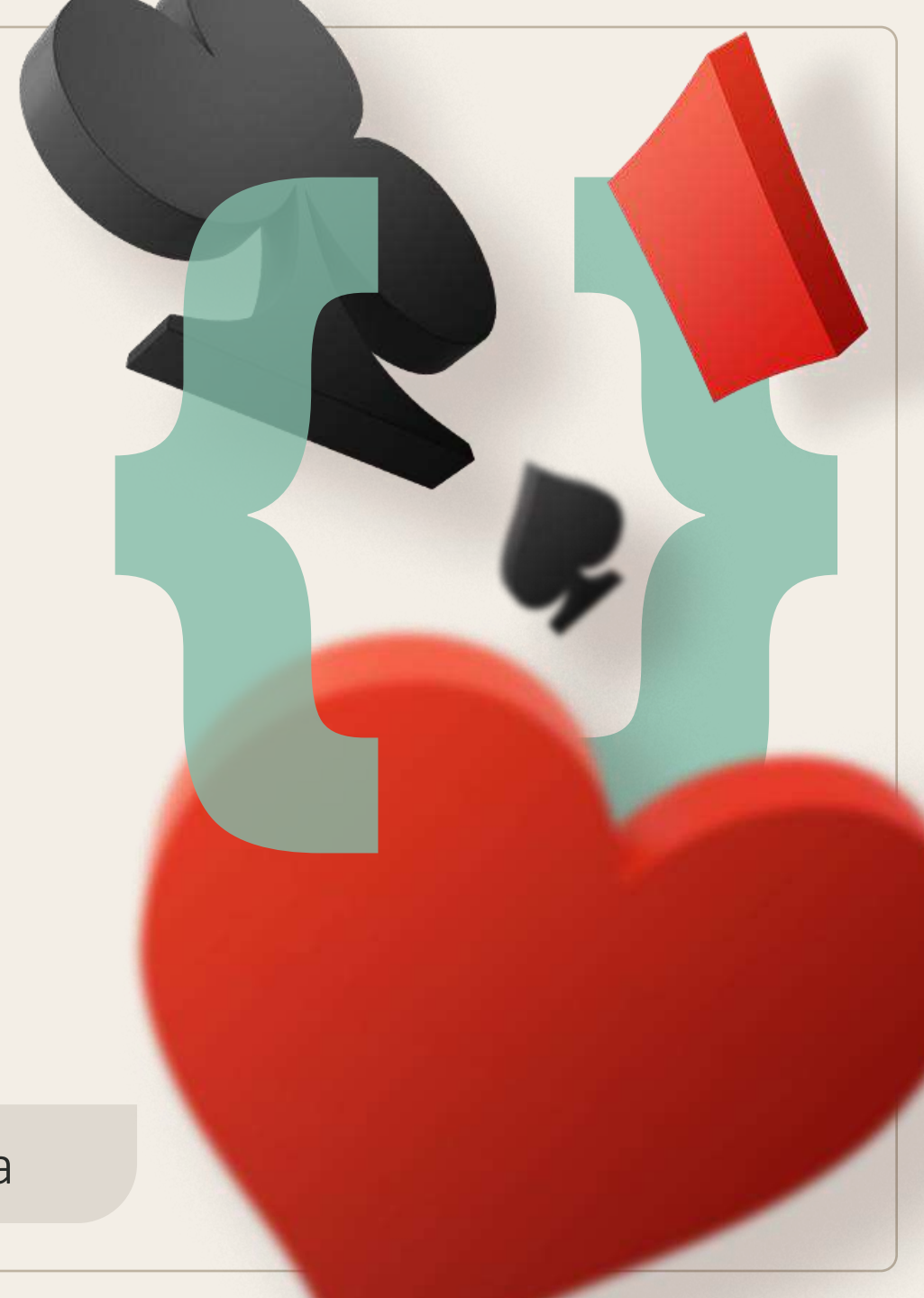
Vitrine

Valores

Curador de Conteúdos
Relevantes

Ações Voluntárias -
Cidadania

Vidraça



- ETIQUETA DIGITAL NAS REDES SOCIAIS -

CARACTERÍSTICAS QUE AJUDAM NA HORA DA CONTRATAÇÃO

- Percepção de adaptação à cultura da empresa e personalidade agradável
- Currículo de acordo com as informações encontradas na web e os requisitos para o trabalho
- Redes sociais com aspecto profissional
- Candidatos com boa variedade de conhecimentos gerais
- Boa capacidade de comunicação
- Criatividade
- Prêmios ou recomendações de outras pessoas ou empregadores
- Interação com contas de mídia social da empresa na qual está interessado
- Grande quantidade de inscritos ou seguidores



NA HORA DE POSTAR, O QUE DEVO EVITAR?

- Informações ou imagens provocativas e inapropriadas
- Apologia ao uso de drogas ou bebidas
- Falar mal de antigos empregadores ou colegas de trabalho
- Conteúdo discriminatório ou racista
- Mentir sobre suas próprias qualificações
- Compartilhar informações confidenciais sobre antigos empregadores
- Mostrar-se ligado a atividades criminosas
- Mentir sobre faltas no trabalho
- Mensagens não profissionais no mural de colegas de trabalho
- Desabafar, principalmente sobre assuntos relacionados à empresa





Branding

Pessoal

Branding pessoal consiste em fazer a gestão da marca pessoal. É a forma como você apresenta os seus valores e imagem para o mundo.

O objetivo é construir uma imagem pessoal que se destaque no mercado e criar uma percepção boa sobre a sua identidade e talento.

Branding Pessoal

Marketing Pessoal

Marketing pessoal é o conjunto de ferramentas que você utiliza para se promover.



Daniel Goleman popularizou o conceito de inteligência emocional .

A inteligência emocional nada mais é do que combinação das inteligências interpessoal e intrapessoal, expostas por Gardner.

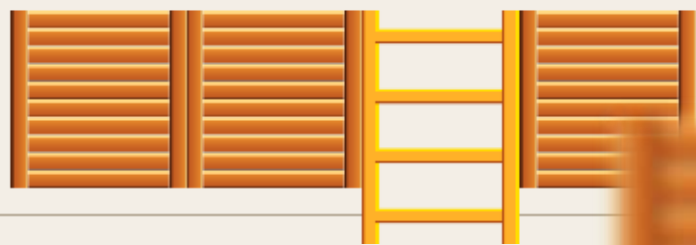
PRINCIPAIS

DESAFIOS



Os quatro pilares da i.e.

1. Reconhecer as emoções em si e nos outros
2. Compreender as emoções
3. Controlas as emoções
4. Saber usar para atingir objetivos





AÇÕES DE

em p a t i a



“Pessoas com maior qualidade de relacionamento humano, compreensão e gentileza têm mais chances de obter o sucesso.”





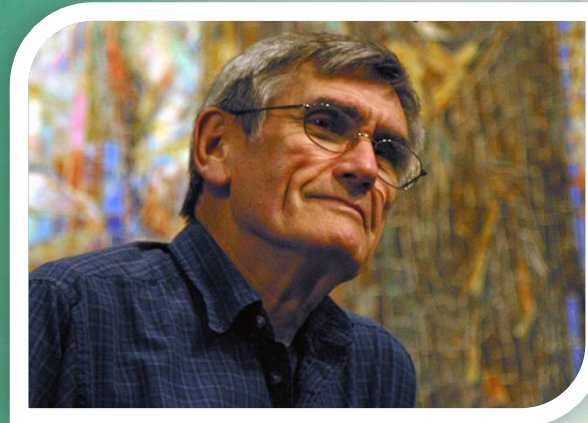


CNV



A Comunicação Não Violenta, ou CNV é um processo de pesquisa desenvolvido pelo psicólogo norte americano Marshall Rosenberg, que defende que em qualquer tipo de relação predomine a comunicação eficaz e empática.

Se baseia em estarmos conscientes das nossas necessidades e dos outros, com a finalidade de falar sem machucar e ouvir sem se ofender.



A Comunicação Não Violenta se baseia em habilidades de linguagem e comunicação que fortalecem a capacidade de continuarmos humanos, mesmo em condições adversas. [...] Nossas palavras, em vez de serem reações repetitivas e automáticas, tornam-se respostas conscientes, firmemente baseadas na consciência do que estamos percebendo, sentindo e desejando. –

Marshall B. Rosenberg



COMUNICAÇÃO

NÃO VIOLENTA

- **propicia a expressão de emoções sem agressões ou criação de conflitos, buscando soluções de consenso.**
- **busca entender melhor os motivos do comportamento do outro.**
- **Procura conduzir conversas de maneira colaborativa e construtiva, utilizando padrões de linguagem apreciativa.**

A CNV acaba sendo uma prática de reflexão sobre nossas necessidades e do outro, identificamos o que está por trás de cada mensagem e forma de falar para ver a situação com mais empatia e assim evitar conflitos.



Os quatro componentes da CNV

1. Observação:
Ser capaz de articular essa observação sem julgamentos ou avaliação.
Simplesmente dizer o que nos agrada ou não naquilo que a pessoa está fazendo.

4. Pedido
O que estamos querendo da outra pessoa para enriquecer nossa vida.



Os 4 componentes da Comunicação compassiva www.oespaco.net

2. Sentimento:
Identificar como nos sentimos ao observar aquela ação: magoados, assustados, alegres.

3. Necessidade:
Reconhecer qual de nossas necessidades estão ligadas aos sentimentos que identificamos.



Seu Trabalho é um Lixo !

antes



depois

Só um idiota para ter esse tipo de pensamento!

antes



depois

antes



Vão para o Inferno..

Esse grupo é uma perda de tempo...

depois



Usar o princípio da comunicação não violenta por vezes não é uma tarefa fácil, depende de vontade, disposição e de um desejo de melhorar a si mesmo e as relações que desenvolvemos em nossa vida diariamente. É um exercício, um aprendizado consigo mesmo e com os outros.

Cada um é responsável pelo que sente, mas os outros servem como gatilhos para despertar tais sentimentos.



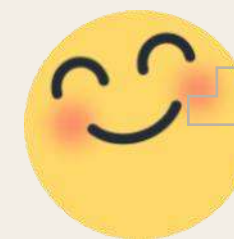
O USO DA *CVV* PROPICIA

- Comunicação empática
- Desenvolvimento de lideranças
- Relacionamento com clientes
- Mudança e transformação cultural
- Aprimoramento na forma de administrar conflitos
- Desenvolvimento de comunidades
- Melhoria no clima organizacional

MEDO DO SURTO
DO EBOLA?

MEDO DO SURTO
DE PRECONCEITO E
ÓDIO DAS REDES
SOCIAIS!







“Embora possamos não considerar violenta a maneira de falarmos, nossas palavras não raro induzem à mágoa e à dor, seja para os outros, seja para nós mesmos.”

Marshal B. Rosenberg





OBRIGADA

Andréa Nakane

Fanpage: Mestres da Hospitalidade

mestresdahospitalidade@uol.com.br

www.mestresdahospitalidade.com.br