

BRIEFING - COREN/BA: 50 Anos de Fundação

1. SITUAÇÃO GERAL

Em outubro de 2025, o Conselho Regional de Enfermagem da Bahia (Coren-BA) completa 50 anos de fundação. Criado em 1973 pela Lei n.º 5.905, o Coren-BA é uma autarquia pública federal responsável por controlar, orientar e fiscalizar o exercício da profissão de enfermagem nos setores público, privado, filantrópico e militar em toda a Bahia. Sua missão é garantir o exercício legal da enfermagem e promover a boa assistência à saúde, protegendo a população de pessoas sem a devida habilitação.

Ao longo de cinco décadas, a autarquia exerceu seu papel regulador com base em princípios como legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, assegurando o pleno exercício legal da enfermagem e a melhoria contínua dos serviços de saúde. O Coren-BA utiliza a comunicação pública para prestar contas, esclarecer direitos e deveres da categoria, e disseminar boas práticas.

A entidade possui um quadro de cerca de 200 mil profissionais de enfermagem registrados no estado. Além da sede em Salvador, o Coren-BA tem subseções em Feira de Santana, Vitória da Conquista, Itabuna, Teixeira de Freitas, Juazeiro, Barreiras, Irecê, Paulo Afonso, Jequié, Cachoeira e Guanambi, o que garante proximidade com o público-alvo.

Com o slogan "Meio Século cuidando da Enfermagem", o Coren-BA busca reafirmar sua excelência e a valorização de seus servidores e dos profissionais de enfermagem. A entidade não possui concorrentes diretos e sua exclusividade no segmento é um ponto forte. O principal ativo da instituição é a relação de confiança estabelecida com a população, e a oportunidade reside em aprimorar os investimentos publicitários para ampliar o alcance de suas mensagens.

Conforme o relatório "Perfil da Enfermagem no Brasil", de 2017, o estado da Bahia possui a seguinte realidade:

- A equipe de enfermagem é composta por 75% de técnicos e auxiliares e 25% de enfermeiros, com 73% concentrados na capital.
- 63% dos profissionais exercem apenas uma atividade.

- A renda mensal total de 12,7% dos profissionais é de até R\$ 1.000,00.
- A categoria é predominantemente feminina (87,2% de mulheres), mas há uma tendência crescente de masculinização.
- A maioria dos trabalhadores de nível médio (20,8% incompleto e 9,9% completo) tem escolaridade superior à exigida.
- 74,5% dos profissionais relataram dificuldade em encontrar emprego.
- 54% da equipe trabalha 60 horas semanais e 18% trabalham mais de 60 horas.
- 80,9% são técnicos e auxiliares de enfermagem, e 19,1% são enfermeiros.

2. A ATUAÇÃO DA ENFERMAGEM E DO COREN-BA NA LINHA DO TEMPO

Em 50 anos de história, o Coren-BA tem acompanhado a evolução da enfermagem, uma profissão que compõe a maior categoria da área da saúde, sendo responsável por pelo menos 50% da força de trabalho. No entanto, os profissionais ainda enfrentam desafios como invisibilização e desvalorização, que levam a problemas como baixos salários, jornadas de trabalho excessivas e assédio.

A atuação da enfermagem se tornou ainda mais visível durante a pandemia da COVID-19, quando a categoria foi a linha de frente no combate ao vírus. Nesse período, o processo de comunicação do Coren-BA passou por profundas transformações. A autarquia se tornou o principal elo entre a categoria, o governo e a mídia, atuando como porta-voz dos trabalhadores da linha de frente na interlocução com diversos setores. Essa exposição nos meios de comunicação conferiu ao Coren-BA credibilidade, respeito e uma reputação notável diante da população, posicionando o órgão como uma entidade que defende a vida e a saúde pública, gratuita e universal.

Ainda com o objetivo de valorizar a categoria, a comunicação publicitária é vista como uma ferramenta essencial para combater a desvalorização profissional, a invisibilização e outras questões sociais que afetam a enfermagem.

3. DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO

O principal desafio de comunicação é promover a imagem da categoria e conferir-lhe uma melhor posição social. A campanha deve também demonstrar à população a importância do trabalho do Coren-BA na defesa da assistência à saúde de qualidade e na promoção da inovação e das mudanças necessárias para garantir melhores condições de trabalho para os profissionais e de atendimento para a população.

4. OBJETIVO GERAL DE COMUNICAÇÃO

Promover a profissão e se tornar referência em comunicação publicitária sobre assuntos relacionados à enfermagem e à saúde pública no estado da Bahia.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE COMUNICAÇÃO

- 5.1. Posicionamento:** Posicionar o Coren-BA como referência em saúde pública, segurança do paciente, exercício profissional, fiscalização e pesquisa em saúde.
- 5.2. Valorização:** Promover a valorização e o reconhecimento dos profissionais que salvam vidas diariamente na Bahia.
- 5.3. Destaque:** Obter destaque para a enfermagem e se estabelecer como fonte oficial nos meios de comunicação de massa.
- 5.4. Disseminação:** Informar e disseminar boas práticas de exercício profissional e atendimento à saúde.
- 5.5. Esclarecimento:** Esclarecer, reafirmar e desmistificar a legislação que rege os direitos e deveres dos profissionais.
- 5.6. Sensibilização:** Sensibilizar a sociedade sobre a importância do Coren-BA e da enfermagem para o funcionamento dos serviços de saúde.

6. PÚBLICOS-ALVO

- 6.1. Público-alvo interno primário:** Profissionais, estudantes, professores e pesquisadores de enfermagem, além das instituições e organizações da área.
- 6.2. Público-alvo interno secundário:** Conselheiros, servidores, colaboradores, fornecedores e demais instituições com as quais o Coren-BA se relaciona.
- 6.3. Público-alvo externo primário:** População em geral, instituições de saúde, sindicatos, órgãos de governo, gestores públicos e privados, e a classe política local.
- 6.4. Público-alvo externo secundário:** Outras categorias da saúde, imprensa, organismos internacionais, a classe política nacional e lideranças da sociedade civil organizada.

7. PRAÇAS

7.1.Regional - Bahia.

8. PERÍODO

8.1. A licitante deverá propor a melhor data para a divulgação da mensagem publicitária, justificando sua escolha de forma estratégica.

9. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

O investimento total deve ser de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) por um período de 30 (trinta) dias, englobando custos de produção e veiculação. A campanha deve ter um caráter universal e inclusivo, buscando atender a todo o estado.

10.MARCA A SER UTILIZADA

10.1.



11.RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

11.1. Atualmente, o Coren-BA faz a comunicação de suas ações através de seu site institucional, Facebook e Instagram. A instituição também tem um banco de dados com os endereços de e-mail de todos os profissionais com registro ativo para comunicações oficiais.