

# Planejamento e gerenciamento de crises

AULA 1



## Ementa

Visão processual de prevenção de riscos e gestão de crises. Práticas de comunicação organizacional preventiva. Noção da cultura do cuidado. Gestão e comunicação de riscos. Mobilização de líderes pela visão de gestão do risco de imagem. Gestão de crises. Comunicação de crises. Desvios e preocupações éticas.

## Objetivo

Desenvolver habilidades para a implementação do planejamento e gestão da comunicação estratégica no contexto de riscos e crises.



## Objetivos específicos

Compreender a importância do mapeamento de riscos, do planejamento e da constituição de uma cultura preventiva.

Discutir sobre características contemporâneas da prevenção de riscos e gestão de crises.

Discernir acerca dos impactos das mídias sociais na visibilidade de eventos críticos.

## Conteúdos programáticos

Visão processual de riscos, eventos críticos e crises.

Gestão de riscos e crises no contexto das assessorias de comunicação brasileiras.

Gestão de riscos.

Comunicação de riscos.

Gestão de crises.

## Conteúdos programáticos

Comunicação em contextos de crises.

Aprendizagem pós-crise.

Preocupações éticas.



Relações-públicas (CONRERP - 3586)

Mestre em Comunicação Social (PUCRS) e  
Doutor em Comunicação e Informação (UFRGS)

Professor efetivo na UFRGS

Atuação em projetos de pesquisa, de extensão,  
e projetos em parceria com outras organizações

Professor em cursos de pós-graduação

Área principal de interesse:

**gestão da comunicação nas organizações**



# Principais experiências



## **Rede Marista – 2009-2012**

Assessoria de Comunicação

Auxiliar, Assistente e Analista de Comunicação

Foco em projetos e iniciativas educacionais na educação básica e na assistência social – unidades educacionais situadas em regiões de vulnerabilidade social.

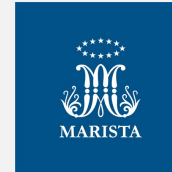


## **Colégio Farroupilha – 2013-2014**

Assessoria de Comunicação e Marketing

Analista de Comunicação e Marketing

Desenvolvimento de campanhas institucionais e mercadológicas; acompanhamento e análise concorrencial; gestão de projetos de pesquisa.



## **Rede Marista – 2014-2015; 2017- 2020**

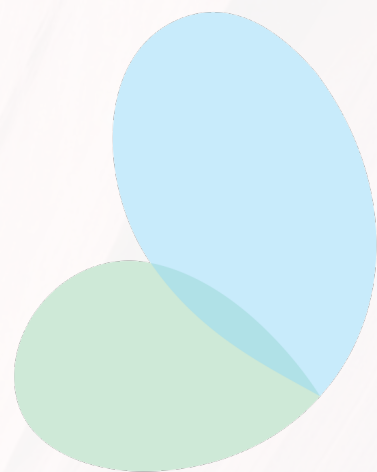
Assessoria de Comunicação e

Representação Institucional

Assessor e Coordenador de Comunicação e Representação Institucional

Gestão dos processos de comunicação e relacionamento; gestão de pesquisas e produção de diagnósticos; desenvolvimento, execução e avaliação de políticas e estratégias de relações públicas; liderança de projetos de comunicação para a América Latina; atuação em Comitê de Ética, no contexto de programa de *compliance*, e na gestão de crises nacionais e internacionais; desenvolvimento de estratégias de Relacionamento Institucional e Governamental (RIG), incluindo incidências políticas; representação oficial em comitês nacionais e internacionais.





# RCCOM

RISCO, CRISE E COMUNICAÇÃO



**OBCC**

**OBSERVATÓRIO  
BRASILEIRO DE  
COMUNICAÇÃO  
E CRISE**

JOÃO JOSÉ FORNI

Inclui  
capítulo sobre  
*fake news*

# GESTÃO DE CRISES E COMUNICAÇÃO

O que gestores e  
profissionais de comunicação  
precisam saber para enfrentar  
crises corporativas

3ª edição

gen | atlas





## Prof. João Forni

**“As empresas não acreditam  
que terão crises. Não existe quem não tenha  
probabilidade de ter uma crise.”**



## Prof. João Forni

“Temos o papel de **alertar sobre possíveis ameaças**. Temos que ser **gestores de risco** todos os dias.”

## Caminhos para gerir bem uma crise

Liderança (quem comanda a crise, a principal referência)

Plano de crise

Gestão da comunicação

Mensagens-chave

Porta-voz

Transparência

*Timing*



1

## Visão processual de riscos, eventos críticos e crises





# UMA TENTATIVA DE **DEFINIR** CRISES



## **Uma tentativa de definir crise (Forni)**

**Gera más  
notícias**

**Envolve  
alto nível  
de  
incerteza**

**Costuma ser  
subestimada**

**É  
diferente  
de  
ameaça**

**Há  
pressão  
do tempo**

**É diferente de  
emergência**

**Gera  
repercussão**

**Provoca medo  
e insegurança**

**É indesejada e  
ameaçadora**

**Na maioria  
dos casos, não  
é imprevisível**

**Exige energia  
para  
gerenciá-la**

**Gera  
interesse  
da opinião  
pública**

**Tem  
magnitude  
para  
interromper a  
quebra da  
normalidade**

**Chama a  
atenção  
de muitos  
públicos**

**Exige pronta  
ação dos  
agentes  
responsáveis  
pelo fato  
negativo**

**Envolve  
emoção**

**Pode ser  
provocada  
por  
terceiros**

**Para evitá-la  
ou mitigá-la, é  
preciso  
atenção aos  
pródromos**

**Espalha-se  
com facilidade**

**Provoca a  
cobertura dos  
meios de  
comunicação**

**Costuma  
causar  
rebuliço  
na gestão**

**Indica  
ruptura**

**Cria  
tensão**

**Representa  
um passivo de  
imagem**

**Pode  
afetar a  
reputação**

**Cria um clima  
de  
insegurança**

**Gera  
curiosidade**