



Diretrizes para a comunicação em contextos de risco

Estas diretrizes ajudam-nos:

- analisar o conceito de risco evitando tomar por garantido o que ele é,
- compreender como se pode agir para evitar as consequências dos danos causados pelos riscos,
- utilizar a comunicação como instrumento de resposta e recuperação durante e após o momento de crise.

Dito isto, pretendemos dividir o documento nas seguintes parágrafos: o conceito de risco, o conceito de gestão de crises e a comunicação do risco em contextos de crise.

O conceito de risco:

A vertente de pesquisa relacionada com o estudo do risco teve origem na América nos anos sessenta e tem uma longa e rica história de paradigmas, abordagens, estudos de casos e teorias, incluindo e especialmente relacionadas com projetos, tecnologia e globalização.

Desde os anos 90, a ideia de risco foi alargada a questões sociais, políticas e económicas decorrentes da era contemporânea e pós-contemporânea.

O risco é, portanto, um conceito socioculturalmente construído cuja definição deriva do conhecimento e da experiência, também e sobretudo partilhado com outros.

Dada a complexidade em que vivemos, é necessário que consideremos certas questões:

- a maioria dos riscos não são previsíveis até hoje,
- não pode haver uma forma única de compreender, avaliar e gerir os riscos,
- As respostas ao risco não são previsíveis: as pessoas reagem de forma diferente ao longo do tempo, dependendo dos seus contextos e das interações com os outros.

No panorama da crise da modernidade e da desconfiança da racionalidade, a cultura intervém na avaliação dos riscos, mesmo que esta seja cada vez mais global e transversal.

A globalização, um mercado cada vez mais competitivo, uma sociedade que vive interligada, mas desagregada, conduz a riscos ambientais, tecnológicos e económicos que o indivíduo tem de enfrentar dia após dia no conhecimento de que, à medida que as atividades humanas se multiplicam, o mesmo acontece com os riscos em que é possível incorrer.

Sempre a partir dos anos 90, as pessoas começaram a falar de '*gestão de risco*' (A. Decataldo, A. Fasanella, M. Maggi, *La Comunicazione del rischio chimico. Sperimentazione e Valutazione nelle scuole di Roma*, Franco Angeli, 2006) entendida como a gestão, controlo e comunicação dos riscos não só a nível técnico, mas também a nível social, procedendo assim à avaliação dos níveis de ansiedade, stress, medo e valores nos indivíduos, uma vez que estes são os elementos através dos quais os indivíduos percebem, identificam e definem um risco quando confrontados com ele.

A partir de Novecentos, foram lançadas as bases para aquilo a que Beck chamou a "*sociedade de risco*" (U. Beck, *The Risk Society. Towards a Second Modernity*, Carocci, 2000).

O desencanto com as novas tecnologias, a preocupação e o cuidado com o progresso, a vulnerabilidade do ambiente e a vulnerabilidade da espécie humana caracterizaram todo um século e continuam a caracterizar aquilo em que vivemos hoje.

Estreitamente ligada à noção de risco está a de 'vulnerabilidade'; fala-se frequentemente voluntariamente de '*vulnerabilidade social*' (R. Cavallaro, *Lexicòn. Lexicon for qualitative analysis in social research*, CieRre, 2006) entendido como a capacidade de um grupo para prevenir e defender-se das consequências de um risco ou evento stressante.

International Meeting of Communication for Religious Life

imcrl2023@uisg.org - www.uisg.org/pt/communicating-religious-life - www.uisg.org

O conceito de gestão de crises:

A gestão do risco refere-se ao processo, plano de ação e estratégia na sua totalidade através do qual uma organização/empresa pretende gerir e lidar com uma situação que corre o risco de prejudicar a sua imagem, reputação, credibilidade, fiabilidade, finanças.

Como um processo, consiste em três momentos fundamentais:

- **Monitorização:** antes da ocorrência da crise, é um momento em que são elaborados sistemas de prevenção e planos de ação, bem como simulações da própria crise; esta atividade prepara a organização/empresa,
- **Recuperação:** é bom que, quando ocorre um momento de crise, sejam postos em prática os procedimentos e orientações preparadas para responder à crise,
- **Resposta:** momentos em que são minimizados e reparados os danos.

Um bom plano de gestão de riscos tem em conta os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças da organização/empresa.

Comunicação dos riscos em contextos de crise:

Um dos fatores que desempenha um papel importante na perceção e avaliação do risco é a *comunicação*: as mensagens pessoais e as divulgadas online, de facto, ajudam a construir a imagem do risco e, portanto, a tarefa daqueles que assumem o comando e a responsabilidade de comunicar o risco em si, é muito importante.

O principal objetivo da comunicação de risco é informar: em contextos de risco, as instituições e os peritos comunicam numa lógica top down (de baixo para cima) às pessoas.

Uma vez que aqueles que recebem informação também tomam decisões, é necessário lembrar sempre que aqueles que recebem informação estão ativos.

A quantidade de informação é agora tão ilimitada que a possibilidade cada vez maior de distorção da realidade não pode ser excluída, pelo que os canais oficiais devem fornecer informações completas e eficazes.

International Meeting of Communication for Religious Life

imcrl2023@uisg.org – www.uisg.org/pt/communicating-religious-life – www.uisg.org

Em contextos de risco, que desempenha um papel fundamental na comunicação são as pessoas mais influentes e os rostos mais reconhecidos na organização. Muitas vezes, são os próprios decisores que constroem argumentos ad hoc destinados a tranquilizar a opinião pública.

Algumas características da comunicação fiável dos riscos são:

- Clareza e não contradição,
- explicar a natureza do risco envolvido,
- Quanto mais frequente for a comunicação sobre um determinado tema, mais atenção é dada à opinião pública e, ao mesmo tempo, maior é o nível de perceção de risco.

Em contextos onde existe um risco, mesmo que apenas na perceção da comunidade, ou onde existe mesmo uma verdadeira crise reconhecida a ser enfrentada, a comunicação desempenha um papel fundamental.

Por esta razão, gostaríamos de salientar que existe uma figura, a do Gestor Comunitário, que, cada vez mais frequentemente, está incluído ao interno do pessoal das organizações/empresas e que, especialmente em contextos de risco, intervém face a ameaças e crises.

De acordo com a definição da empresa italiana Aruba.it, "o seu papel é fomentar o diálogo entre a empresa e o seu público de referimento, criando as condições certas para uma comunicação positiva em torno da marca. Ocupa-se também de moderar os comentários, atuando como porta-voz da empresa com a qual está a lidar'.

Especificamente, a comunicação referente a um momento histórico particular em que a organização/empresa está a atravessar um momento de crise, precisa de ter certas características muito específicas e isto implica que, nesses contextos, é impensável não se expor ou fingir que a crise não aconteceu/ não nos afetou.

Em termos de comunicação, é essencial ter uma coordenação tanto interna como externa.

É possível obter o primeiro resultado graças a momentos de reuniões, discussões, diálogos com especialistas e o pessoal interno que faz parte da organização/empresa, para que todos estejam tão alinhados quanto possível em torno da questão.

Ao prever e simular momentos de crise, como sugere o plano estratégico, é possível compreender quais são os pensamentos e ideias do pessoal interno e deixar que não só todos apresentem o seu ponto de vista, mas, tendo-o feito, chegar a acordos internos, tendo em conta que, precisamente em tempos de extrema dificuldade, é bom evitar divisões e cisões internas que de outra forma poderiam alimentar a crise.

Em termos de comunicação externa, um plano pode ser implementado depois de coordenar a comunicação interna e analisar cuidadosamente a situação.

Como abrir-se, em termos de comunicação, ao mundo exterior?

Exemplos são: a utilização das redes sociais, comunicados de imprensa, pedidos de desculpas públicos através dos canais oficiais da organização/empresa, tais como o website, e-mails específicos. O tom a ser utilizado neste tipo de comunicação deve ser:

- transparente: a falta de clareza ou confusão na apresentação deve ser evitada,
- empatia: especialmente se a organização/empresa estiver a viver um momento de crise, seria contraditório e impróprio expor-se num tom irado, arrogante ou ofendido.
- Desculpe: mostrar arrependimento pelo incidente é sempre a melhor escolha, tal como é ser diplomático e tonificar as conversas online e offline.

Miriam Di Bartolo, Assistente de Comunicação da UISG

Contacto: assistente.comunicazione@uisg.org

