

COMUNICAÇÃO DE RISCO E COORDENAÇÃO DE STAKEHOLDERS NA GESTÃO DE ÁREAS CONTAMINADAS



Agenda...



MACOB
COMMUNICATIONS

- » Introdução
- » Comunicação Corporativa & o Risco de Imagem
- » Perfil dos *Stakeholders* em Áreas Contaminadas
- » Etapas do Trabalho de Comunicação
- » As Chaves do Sucesso
- » Recomendações Finais

INTRODUÇÃO



- » Trata-se de um trabalho de comunicação estratégica - cada situação é única
- » Necessita de experiência prévia em comunicação com públicos afetados por contaminações ambientais e/ou pelos procedimentos de remediação de áreas contaminadas
- » São trabalhos que fogem da rotina de comunicação das empresas e que não faz parte do expertise dos profissionais envolvidos no processo de remediação
- » Recomendável experiência com crises ambientais que foram acompanhadas desde o inícios dos trabalhos e experiências em grandes crises de contaminação ambiental de grande repercussão na mídia.

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA



- » A Comunicação Corporativa engloba, nas empresas, a assessoria de imprensa, o planejamento e implementação de ações de comunicação com colaboradores e todo e qualquer relacionamento com o público externo (*stakeholders*).
- » Objetivo de preservar a imagem corporativa, ou seja, com a marca da empresa
- » Os profissionais desta área olham este relacionamento não de forma multifacetada, ou seja, apenas como clientes, fornecedores, parceiros, mas principalmente como formadores de opinião
- » Trabalham na área de Comunicação Empresarial principalmente jornalistas, relações-públicas e publicitários.

O que é uma Crise Corporativa?



- » Situações que podem afetar reputação e a lucratividade de uma empresa
 - Necessitam de acompanhamento, aconselhamento estratégico e suporte logístico antes, durante e após a ocorrência

» Como reconhecer um Risco?

- Fato negativo que impacta pessoas
- Fator surpresa
- Informações insuficientes
- Desdobramentos negativos
- Perda de controle
- Grande repercussão negativa interna e externa



Exemplos de situações de Risco



MACOB
COMMUNICATIONS

Problemas linha produção

Erros de operação

Produtos Defeituosos

Alteração de produtos

Fraudes

Denúncias

Acidentes

Incêndios

Vazamentos

Recall de produtos

Processos Judiciais

Contaminações

Reorganizações

Falência ou Concordata

Rumores

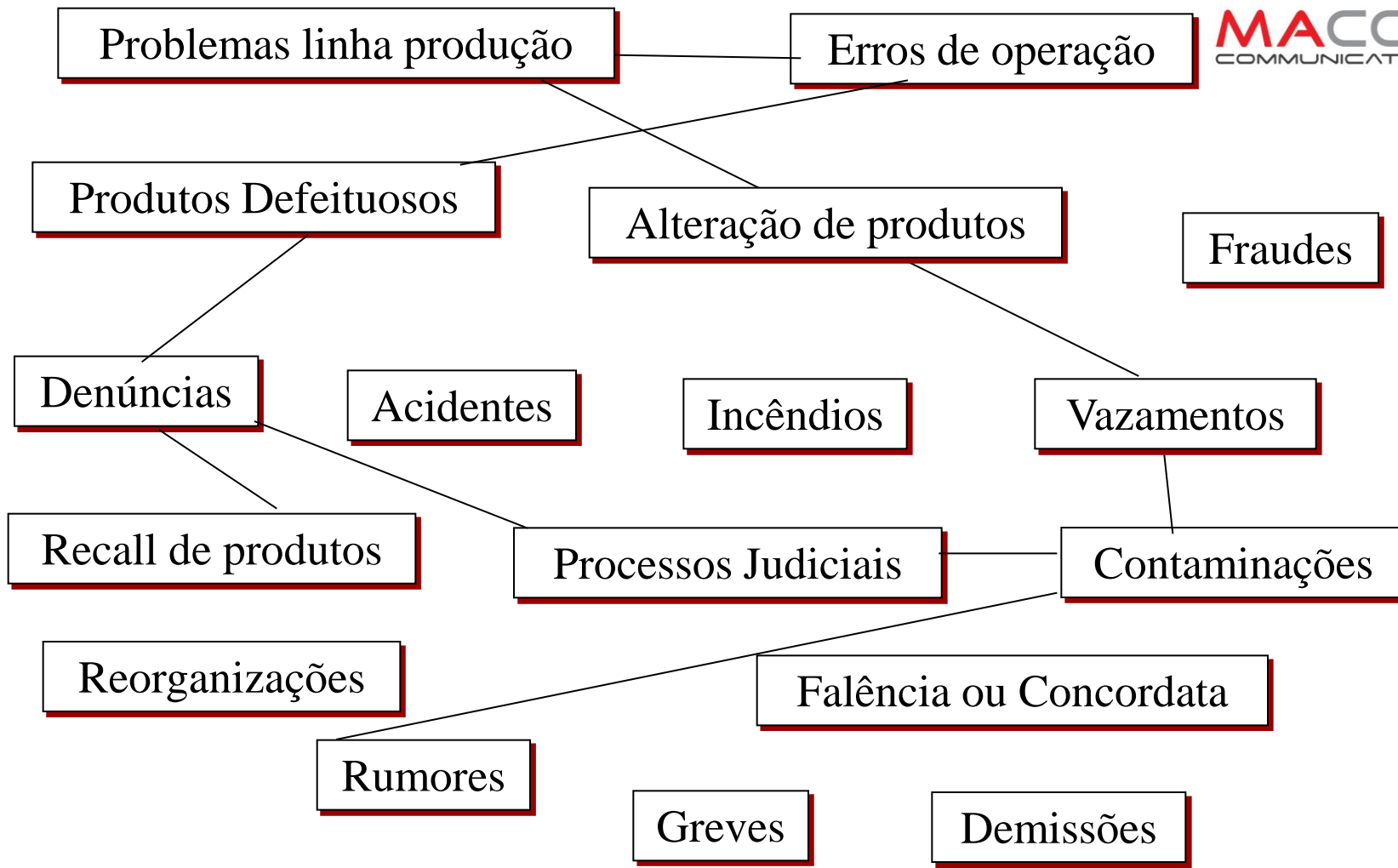
Greves

Demissões

Crises são como bolas de neve...



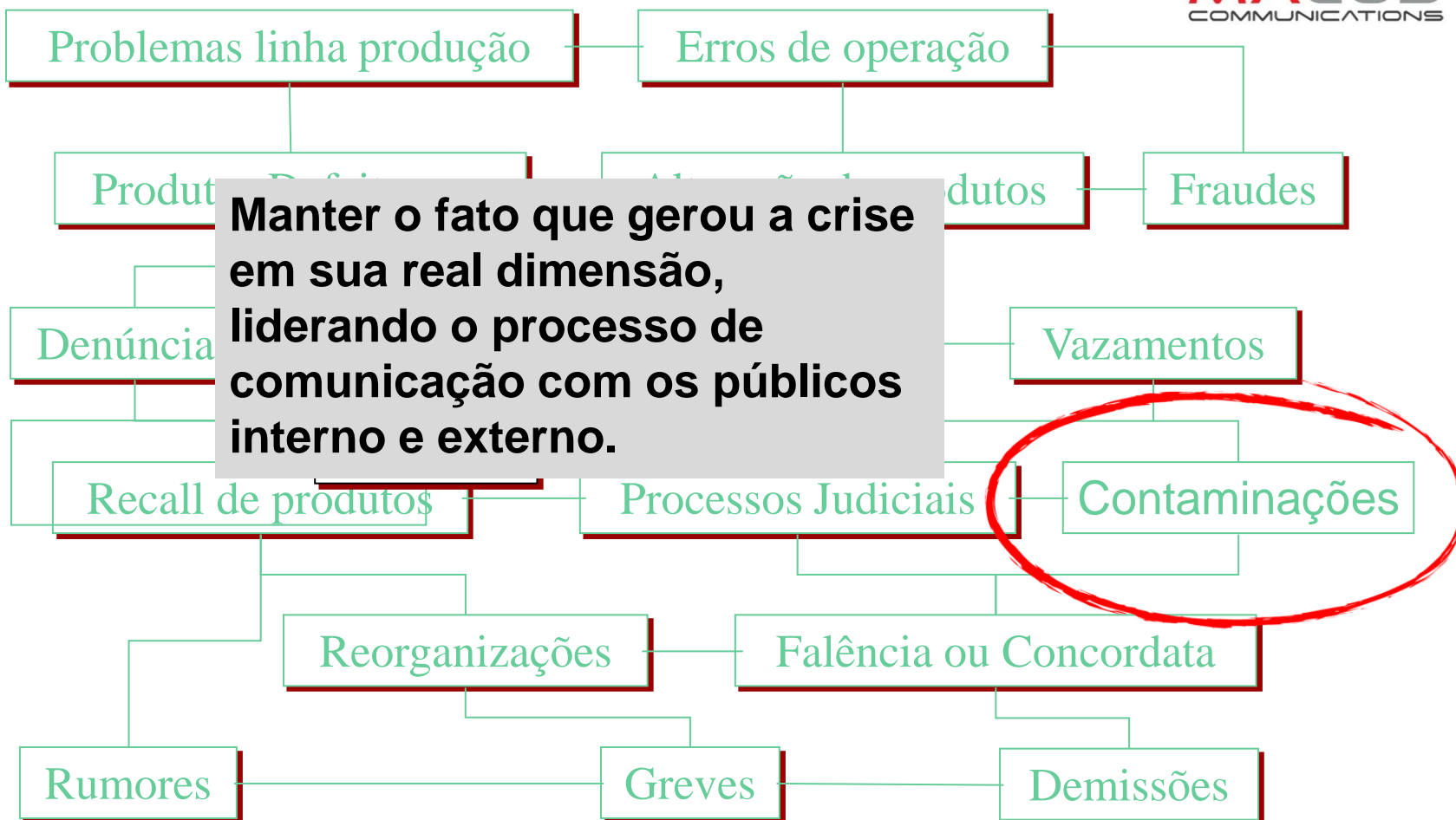
MACOB
COMMUNICATIONS



O que é o Gerenciamento de Crise?



MACOB
COMMUNICATIONS



As Fontes da Imprensa na Cobertura de uma Crise

Governo	23%
Sindicatos	20%
Juristas	17%
Funcionários	17%
Empresa	09%
Clientes	08%
ONGs	06%

91% das mensagens
são obtidas junto a fontes
não-oficiais

PERFIL DE STAKEHOLDERS EM ÁREAS CONTAMINADAS



- » Colaboradores da Empresa
- » Comunidade ao redor
- » Autoridades Ambientais
- » Técnicos da Empresa Ambiental
- » Jornalistas
- » Associações de Bairro / Jornais de Bairro
- » Futuros usuários do espaço
- » Influenciadores de opinião no local
- » ONGs



DÚVIDAS FREQUENTES DE STAKEHOLDERS EM ÁREAS CONTAMINADAS



MACOB
COMMUNICATIONS

- » Colaboradores da Empresa - *Será que posso ficar doente trabalhando aqui?*
- » Comunidade ao redor - *Terei que sair da minha casa? Posso ficar doente?*
- » Autoridades Ambientais - *Existe algum dano para as pessoas? Quais foram os testes realizados?*
- » Técnicos da Empresa Ambiental - *Como abordar a vizinhança? E se a dona de casa me oferecer uma cerveja?*
- » Jornalistas - *Haverá grande impacto e risco para a população?*
- » Associações de Bairro / Jornais de Bairro - *Como a contaminação afeta o bairro e depois da remediação?*
- » Futuros usuários do espaço - *É seguro permanecer aqui depois da remediação?*
- » Influenciadores de opinião no local - *A empresa é responsável? O CEO sabe o que está acontecendo?*
- » ONGs - *Vamos denunciar imediatamente essa conduta.*

DESAFIOS DE COMUNICAÇÃO NA GESTÃO DE ÁREAS CONTAMINADAS



- » Profissionarizar e Alinhar o discurso com os públicos afetados
- » Comunicar entendendo as diferenças de objetivos dos públicos: empresas, empresa Ambiental, comunidade, colaboradores
- » Assumir responsabilidade pela comunicação
- » Repercussão para a imagem da empresa

Exemplos de situações que necessitam de profissionais de comunicação especializados:

- Informar sobre realização de testes e procedimentos de remediação dentro da operação da empresa e fora da mesma
- Execução de reformas após processo de remediação
- Comunicar a necessidade de remoção de famílias de suas residências em áreas externas da pluma ou de colaboradores de áreas internas da empresa - 24/7
- Responder às solicitações de imprensa
- Desenvolver o plano de comunicação a ser analisado pelo órgão ambiental (se aplicável)

Exemplos de Notícias



CINCO Cs que vendem notícias:

CRIMES

CONFLITOS

CATÁSTROFES

CORRUPÇÃO

CONTAMINAÇÃO

ETAPAS DO TRABALHO DE COMUNICAÇÃO



MACOB
COMMUNICATIONS

Fase 1: Avaliação

- » Capacidade para responder a uma situação emergencial
- » Identificação de possíveis cenários que possam evoluir dos contatos que a empresa mantém com seus vizinhos e públicos impactados pelas escavações/remediação
- » Examinar sistemas existentes de comunicação interna e externa para avaliar a eficácia dos mesmos em caso de crise

Fase 2: Desenvolvimento do Plano Emergencial

- » Manual de Respostas Emergenciais
- » Descrição dos possíveis cenários de crise que possam resultar das atuais escavações no terreno
- » Instruções detalhadas sobre como agir em caso de cenários específicos
- » Kit de resposta à imprensa / autoridades e outros públicos

Fase 3: Simulação de Treinamento de Crise

- » Workshop de treinamento de funcionários para responder eficazmente a situações emergenciais
- » Revisão de potenciais cenários de crise e suas mensagens-chave específicas
- » Simulação de uma situação de crise, envolvendo audiências internas e externas
- » Avaliação dos exercícios simulados

Fase 4: Execução

- » Estabelecimento de press office para centralizar os contatos com a mídia e o gerenciamento de informações com diversos públicos-alvo
- » Participação ativa no Comitê de Crise (Agência Ambiental, Empresa e Escritórios de Advocacia)

AS CHAVES DO SUCESSO DE COMUNICAÇÃO



O Certo na Gestão de Risco

- Ter um Comitê de Crise treinado e liderando o processo
- Antecipar potenciais cenários de risco e desdobramentos
- Ter um bom relacionamento com os públicos-alvo antes de realizar os procedimentos
- Obter um approach amplo da situação = considerando o lado humano e a continuidade do negócio
- Liderar a comunicação (para todos públicos interessados)
- Concentrar esforços para resolver os problemas que são de responsabilidade legal e moral da empresa
- Documentar os passos para: avaliação, aprendizado e capitalização
- Definir estratégia com a imprensa
- Desenvolver materiais com mensagens-chave e Perguntas & Respostas para o grupo
- Nomear e treinar porta-vozes para os diferentes públicos

O Errado na Gestão do Risco

- Não validar um potencial cenário de crise
- Onipotência: acreditar que o problema pode ser resolvido sem ser comunicado adequadamente
- Ignorar o Comitê de Crise
- Não ouvir os outros públicos e acreditar que eles desconhecem o problema
- Acreditar que a imprensa nunca vai saber
- Ter certeza que laudos técnicos convencem a opinião pública
- Esquecer que as pessoas fazem parte da crise e elas não são documentos
- Não documentar as ações = a empresa pode ser acusada de omissão



危机

Crise/Risco = Ameaça + Oportunidade

CONSIDERAÇÕES FINAIS



“O gerenciamento da comunicação do risco, realizado com responsabilidade e profissionalismo, torna-se motivo de admiração da conduta das empresas envolvidas no processo de remediação.”

Sheila Magri

MACOB Communications

Telefone: 55 11 99103 2281

E-mail: smagri@macob.com.br



OBRIGADA!

Sheila Magri
MACOB Communications
Telefone: 55 11 99103 2281
E-mail: smagri@macob.com.br