

# Gestão de crise nas instituições públicas

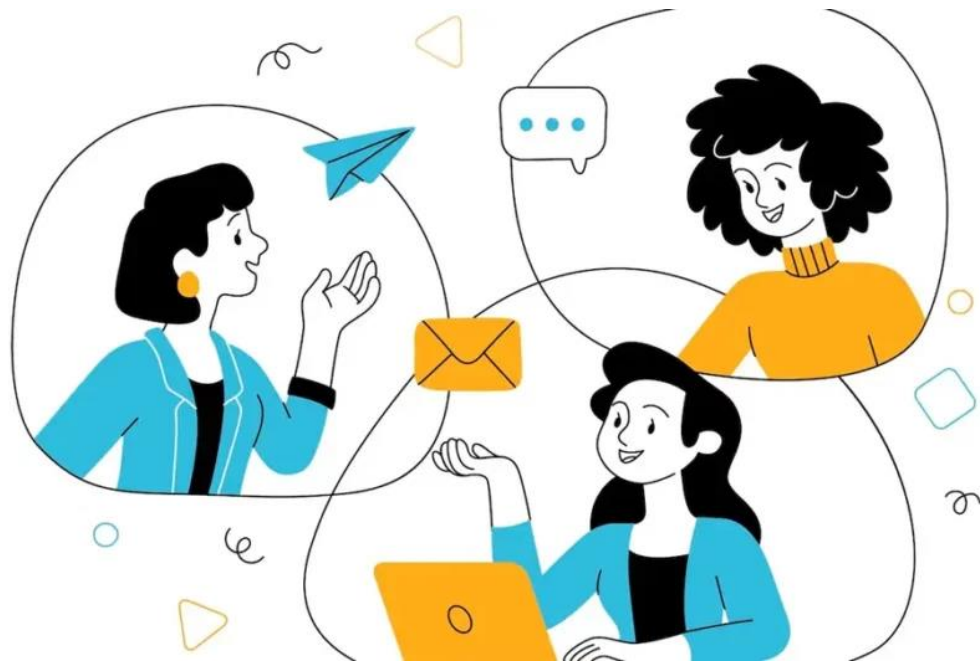


# O que é crise?

“Qualquer situação que ameça ou pode ameaçar a integridade de pessoas ou propriedades, seriamente interromper um negócio, arranhar reputações ou impactar negativamente o valor de mercado.”

*Joanathan Bernstein*

**Comunicação é fundamental!**



# ESTRATÉGIAS



## Preparação prévia

Planejamento, plano de crise, treinamento de porta-voz.



## Reconhecimento imediato

Transparência e agilidade.



## Comunicação

Mensagem clara, consistente e empática.



## Monitoramento

Acompanhamento permanente enquanto a crise evolui.



## Adaptação

Adaptar a mensagem e evitar especulação.



## ESTUDOS DE CASO



Eleição na  
pandemia

Eleição mais  
polarizada



# ESTUDO DE CASO

## 2020 E SEUS DESAFIOS



- Ensinar e encorajar a população a votar.
- Incentivar as pessoas a trabalhar nas eleições em ano de pandemia.
- Evitar a alta abstenção,
- Combater a desinformação.

# ESTUDO DE CASO

## ESTRATÉGIA



### Risco

Evasão de mesários e eleitores.



### Estratégias

Consultoria sanitária  
Articulação com congresso - nova data eleições  
Informar a população  
Garantir eleições seguras (saúde da população)



### Mensagem

**É SEGURO VOTAR!**



# ESTUDO DE CASO

## AÇÕES



### Público externo

- Articulação interna para responder e informar com agilidade.
- Capacitações (jornalistas e influenciadores).
- CDE físico: 400 profissionais.
- CDE virtual: 1443 profissionais.
- Transmissões ao vivo.
- Campanhas.
- Zero Rating.



### Parcerias

- Coalizão de checagem: 260 checagens.
- Parceria com plataformas: Google, WhatsApp, Facebook, Twitter, Youtube, TikTok.
- BOT no Whatsapp.



### Público interno

- Transmitir mensagens estratégicas aos servidores e colaboradores em teletrabalho.
- Estreitar laços da administração com os funcionários.
- Eliminar ruídos.
- Valorização do trabalho: autoestima e produtividade.



# ESTUDO DE CASO

## AÇÕES



### Campanhas

- **Mesários**

**Drauzio Varella** - 670 mil mesários voluntários inscritos em todo o país após a campanha. Eleições 2020 contaram com 929 mil mesários voluntários. Triplicou número de mesários em relação a 2016.

- **Desinformação**

**Atila Iamarino** - Fake News: uma epidemia perigosa para a democracia

- **Mais jovens na política**

Nunca é cedo para fazer a diferença

- **Cuidados Sanitários**

**Roberto Kalil** - Sua missão é votar com segurança

- **Mais mulheres na política**

**Camila Pitanga** - Mais mulheres na política: a gente pode, o Brasil precisa!

- **Voto consciente**

**Caio Coppolla e Gabriela Prioli** - Fique do lado da democracia

# ESTUDO DE CASO

## Resultados



- Transparência na divulgação dos resultados.
- abstenção pouco acima da média de eleições anteriores (24,18%).
- Ampliação da capilaridade da Justiça Eleitoral nas redes (6 meses: 90k → 188k + 335% visualizações - novembro/20).
- Fortalecimento no relacionamento com a imprensa.

# ESTUDO DE CASO

## 2022 E SEUS DESAFIOS



- Notícias falsas e desinformação (fraudes nas eleições).
- Voto impresso.
- A população desconhece o processo.
- Ataques ao processo eleitoral e democrático.

# ESTUDO DE CASO

## ESTRATÉGIA



### Risco

Risco de quebra democrática.



### Estratégias

Desmistificar o voto eletrônico  
Esclarecer a população  
Responder a ataques  
Fortalecer a imagem e a credibilidade



### Mensagem

**O PROCESSO ELEITORAL É SIGILOSO, SEGURO E AUDITÁVEL**

**ELEIÇÕES**  
**2022**  
**#seuvotofazopaís**

# ESTUDO DE CASO

## AÇÕES



### **Público externo**

- Articulação interna para responder e informar com agilidade
- Estratégia para respostas à desinformação
- Capacitações (jornalistas e influenciadores)
- Transmissões ao vivo
- Campanhas



### **Parcerias**

- Ampliação da Coalizão de checagem
- Ampliação dos parceiros
- BOT no Whatsapp e Telegram



### **Público interno**

- Capacitações sobre o sistema eleitoral eletrônico
- Estreitar laços da administração com os funcionários;
- Eliminar ruídos;

# ESTUDO DE CASO

## Resultados



### Participação de jovens

2022 x 2018

- 51,13% a + de jovens aptos a votar
- 52,3% a + de comparecimento em relação

### Imprensa

- 6204 atendimentos à imprensa nacional e internacional.
- 1.819 matérias publicadas no portal.
- 127 esclarecimentos das agências de checagem.



### E-Título

- APP mais baixado nas duas principais lojas de aplicativos.

### Voto em trânsito

2022 x 2018

- Aumento de 278%.

### Pessoa com deficiência

2022 x 2018

- 10x mais eleitoras e eleitores cadastrados em seções com acessibilidade.



### Fato ou boato

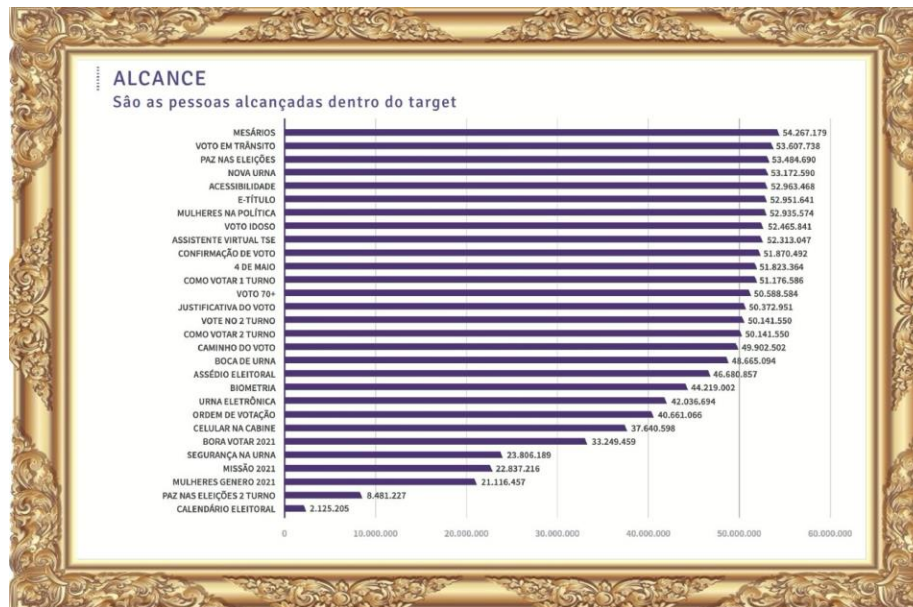
- Página completamente reformulada .

De agosto a dezembro

- 155 esclarecimentos.
- 9 milhões de acessos.
- 300 mil acessos na véspera do 1º turno.

# ESTUDO DE CASO

## Resultados



A maior visibilidade da Justiça Eleitoral em rede nacional da história.

# ESTUDO DE CASO

## Resultados – desinformação



**Spotify**

Série de podcasts exclusivos.



Produção de conteúdo pra Alexa.



**YouTube**

2 nitrates para a página Fato ou Boato + suporte de segurança nas transmissões.



**TikTok** **Kwai**

Página especial sobre eleições + suporte de segurança nas transmissões.



One page como votar e IA + envio de notificações + gif temáticos.



**ifood**

Envio de notificações.

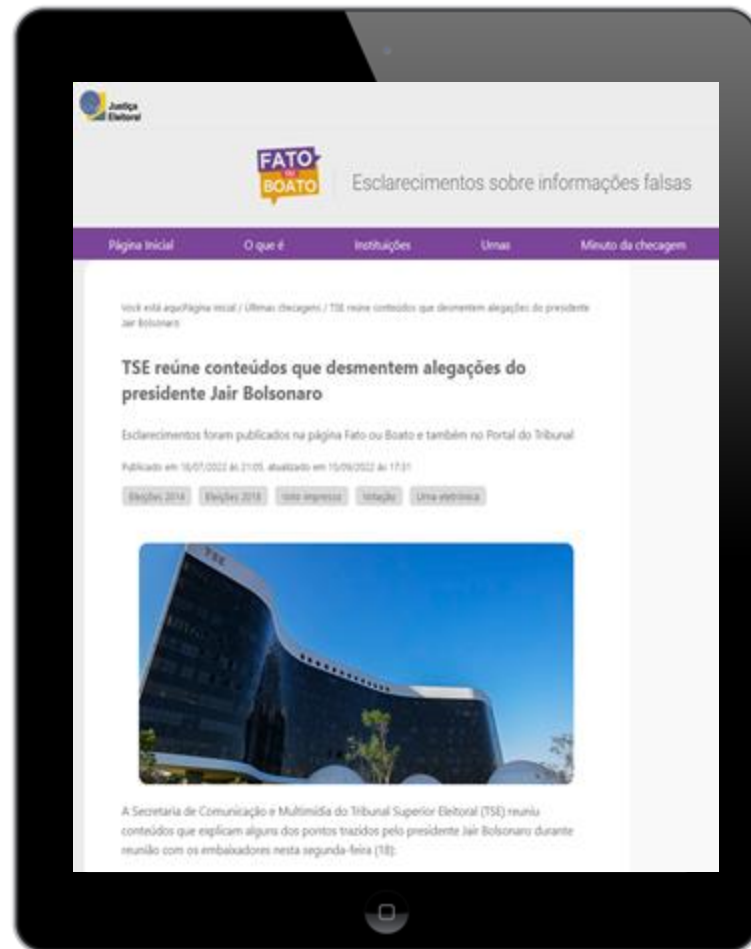


**tinder**

Campanha e incentivo ao voto consciente.



Identificar o problema em tempo real e construir comunicação de enfrentamento aos ataques mais relevantes.



# Em resumo



## Evitar rumores e especulações

A comunicação clara e transparente reduz a propagação de rumores e especulações prejudiciais durante crises.



## Promover a compreensão

A clareza na comunicação ajuda a promover a compreensão das medidas tomadas e dos impactos das crises.



## Alinhamento de expectativas

Uma comunicação clara alinha as expectativas da população com as ações institucionais, evitando desinformação e mal-entendidos.





**Obrigada!**

*Por Giselly Siqueira*