**A comunicação da Unifap em situações de crise**

Toda organização pode, a qualquer momento, passar por uma crise, mas, na maioria dos casos, ela pode ser evitada ou ao menos atenuada.

É fundamental, portanto, desenvolver um processo competente de gestão de crises que possa contribuir para a) preveni-las e evitá-las e b) no caso de sua ocorrência, reduzir os danos à imagem e à reputação.

A Unifap deve dispor de um sistema de gestão de crises para dar conta de situações emergenciais que, potencialmente, possam acarretar prejuízos à sua imagem ou reputação. Esse sistema obrigatoriamente deve incorporar um Comitê de Gestão de Crises com a participação de diversos setores, incluindo a área que responde pela comunicação da Universidade.

***A importância da comunicação***

Ainda que a comunicação possa não ter vinculação direta com os motivos que geraram a crise, e a ação exclusiva da estrutura profissionalizada de comunicação seja suficiente para resolvê-la, a gestão competente da comunicação em situações emergenciais atenua o impacto ou efeitos da crise, ao propiciar uma interação ágil e competente com os públicos estratégicos. Ela favorece a ampla circulação da versão oficial sobre os fatos ou circunstâncias associados à crise, reduzindo a possibilidade de interpretações dúbias sobre o fato ou mesmo a ocorrência de boatos que, nestas situações, podem ser comuns em virtude inclusive da ação de interesses contrários à Unifap .

Quando ocorre uma crise, a estrutura profissionalizada de comunicação deve ser imediatamente informada dos seus motivos e participar ativamente do processo de gestão a ser implementado para solucioná-la.

É importante que a área de comunicação participe das decisões que impliquem ações específicas de comunicação, como o contato com os públicos estratégicos (alunos, servidores, imprensa, dentre outros).

Na ocorrência de uma crise, os canais de relacionamento da Unifap com os públicos internos e externos devem ser utilizados amplamente, com o objetivo de explicitar a posição da Universidade e, quando for o caso, indicar as medidas tomadas para resolvê-la.

É necessário, no entanto, que os canais mantenham uma cobertura articulada e consistente da crise, evitando opiniões ou posições conflitantes que contribuem para aumentá-la.

***As fontes da Unifap em momentos de crise***

A direção da Unifap deverá indicar explicitamente as fontes que irão se pronunciar durante a crise, evitando que pessoas não autorizadas dêem declarações que não estejam em sintonia com a versão oficial.

As fontes deverão estar capacitadas para exercer essa função e previamente informadas sobre as circunstâncias da crise, os interesses em jogo, bem como sobre as medidas a serem tomadas institucionalmente para sua solução.

A participação das fontes da Unifap em entrevistas para a imprensa durante a crise deverá ter o acompanhamento da área de comunicação, que, pelo contato regular com veículos e jornalistas, poderá, previamente nesses casos, contribuir para a indicação das estratégias adequadas para esta interação.

As fontes da Unifap devem adotar como posturas básicas a transparência e o equilíbrio, veiculando informações qualificadas e precisas, e evitando embates com os públicos estratégicos e em particular com a imprensa. Com isso, favorecem a manutenção de um clima de diálogo construtivo que pode contribuir para a solução da crise. A sonegação e o falseamento das informações, além de representarem posturas conflitantes com a cultura de uma instituição pública, aumentam os riscos e vulnerabilidades em uma situação de crise.

***O monitoramento da crise***

É fundamental que área de comunicação acompanhe o desenvolvimento do processo de gestão da crise porque ela pode ser acionada por fontes externas, em particular os jornalistas.

É fundamental que, depois de solucionada a crise, a gestão da comunicação realizada pela Unifap seja sistematicamente avaliada, com a análise detalhada das ações e das estratégias implementadas, do desempenho das fontes da Unifap, a repercussão nos meios de comunicação e do esforço de interação e esclarecimento realizado junto aos públicos estratégicos. Essa avaliação agrega experiência tendo em vista a ocorrência de novas situações.

O diálogo da Universidade com os seus públicos estratégicos deve ser permanente em situações de crise, com atenção particular aos públicos internos (alunos, docentes, funcionários administrativos etc) porque, em geral, eles atuam como multiplicadores e são acionados diretamente pelos públicos externos. Quando suficientemente informados sobre os motivos da crise e as medidas para contorná-la, eles contribuem, efetivamente, para o seu processo de solução e para a boa gestão da imagem.